



PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK MIXUE

DI JAKARTA UTARA

Angeline Natania Tamin¹, Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.²

angelinenatania17@gmail.com

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Kwik Kian Gie School of Business

ABSTRAK

Pada zaman modern saat ini semakin banyak bisnis kuliner bermunculan. Hal ini dipengaruhi oleh budaya luar yang saling bersaing membuka restoran cepat saji, gerai minuman, dan hidangan penutup dengan konsep baru yang menampilkan keunggulan masing-masing produk. Tugas pebisnis bukan hanya menawarkan produknya saja tetapi mampu menciptakan nilai dari sebuah produk yang akan dijual kepada konsumen. Hal tersebut mengakibatkan banyaknya gerai-gerai baru dibuka, terutama di bisnis minuman. Mixue salah satunya bisnis yang bergerak dibidang es dan minuman ini merupakan waralaba es krim yang berasal dari Tiongkok, masuk ke Indonesia pada tahun 2020 akhir. Mixue hadir dengan memberikan warna baru di Indonesia, dikarenakan harga yang cukup terjangkau, dan kualitasnya baik. mengakibatkan persentase tingkat waralaba Mixue di Indonesia meningkat. Hal ini membuktikan bahwa tingkat konsumsi yang meningkat sehingga menimbulkan peluang bisnis.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian Ulang. Kualitas Produk adalah Produk atau layanan yang dirancang untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen, Harga adalah pada jumlah uang atau nilai yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa pada waktu dan tempat tertentu, dan Keputusan Pembelian Ulang adalah tindakan konsumen untuk melakukan pembelian ulang yang disebabkan oleh dorongan dan perilaku membeli secara berulang sehingga dapat menimbulkan loyalitas terhadap produk yang dirasa sesuai.

Objek dalam penelitian ini adalah Mixue. Sampel penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan mengkonsumsi produk Mixue di Jakarta Utara lebih dari 1 kali. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah menyebarkan kuisioner dengan jumlah responden sebanyak 105 responden. Penelitian ini menggunakan SPSS versi 25 untuk olah uji data.

Penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Mixue di Jakarta Utara dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Mixue di Jakarta Utara.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Mixue di Jakarta Utara.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian Ulang

ABSTRACT

In modern times today more and more culinary businesses have sprung up. This is influenced by the competing outside cultures opening fast food restaurants, beverage outlets, and desserts with new concepts that showcase the advantages of each product. The task of business people is not only to offer their products but to be able to create value from a product that will be sold to consumers. This has resulted in many new outlets being opened, especially in the beverage business. Mixue, one of the businesses engaged in ice and beverages, is an ice cream franchise originating from China, entering Indonesia in late

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2020. Mixue comes by giving a new color in Indonesia, because the price is quite affordable, and the quality is good. resulting in an increase in the percentage of Mixue's franchise rate in Indonesia. This proves that the level of consumption is increasing, giving rise to business opportunities.

The theory used in this study is the theory of Product quality, Price and Repurchase Decisions. Product Quality is a product or service designed to satisfy the desires or needs of consumers, Price is on the amount of money or value that must be paid by consumers to obtain a product or service at a certain time and place, and Repurchase Decision is the consumer's action to make a repurchase caused by the impulse and behavior of buying repeatedly so as to generate loyalty to the product that is deemed appropriate.

The object in this research is Mixue. The sample of this research is consumers who have purchased and consumed Mixue products in North Jakarta more than once. The data collection method in this study was distributing questionnaires with a total of 105 respondents. This study uses SPSS version 25 for data testing.

This study shows that Product Quality has a positive and significant effect on Mixue Product Repurchase Decisions in North Jakarta and Price has a positive and significant effect on Mixue Product Repurchase Decisions in North Jakarta.

The conclusion of this study is that product quality and price have a positive and significant effect on the Repurchase Decision of Mixue Products in North Jakarta.

Keywords: Product Quality, Price, Repurchase Decision

1. PENDAHULUAN

Pada zaman modern saat ini semakin banyak bisnis kuliner bermunculan. Hal ini dipengaruhi oleh budaya luar yang saling bersaing membuka restoran cepat saji, gerai minuman, dan hidangan penutup dengan konsep baru yang menampilkan keunggulan masing-masing produk. Sehingga setiap pebisnis dituntut untuk lebih berfikir kreatif, inovatif dan mampu menciptakan peluang pasar yang ada. Tugas pebisnis bukan hanya menawarkan produk nya saja tetapi mampu menciptakan nilai dari sebuah produk yang akan dijual kepada konsumen. Masyarakat Indonesia yang terbawa arus globalisasi kini sudah mengenal hidangan penutup setelah makan, biasanya hidangan penutup tersebut memiliki rasa yang manis.

Mixue tergolong murah dikarenakan pemasok bahan bakunya berasal dari lokal, sehingga tidak perlu melakukan impor. Walaupun dengan harga terjangkau kualitas serta rasanya tidak perlu diragukan lagi. Jika dibandingkan dengan brand lain mixue bisa menyaingi brand besar lainnya. Mixue sendiri memiliki target pasar menengah kebawah yang menjadi proporsi terbesar di Indonesia saat ini, sebagian besar dari golongan pelajar, dan pekerja. Dengan adanya beberapa faktor ini menjadikan pertimbangan bagi konsumen dalam mengambil keputusan melakukan pembelian secara berulang. Mixue juga konsisten melakukan berbagai inovasi pengembangan produk yang awalnya menjual es krim kemudian beralih ke minuman seperti teh, buah, dan lainnya.

Dengan adanya beberapa faktor diatas tentunya akan menjadikan pertimbangan konsumen melakukan pembelian berulang. Fenomena persaingan Kualitas serta Harga ini mendorong peneliti untuk meneliti hal apa saja yang menjadikan konsumen memilih produk mixue dibandingkan brand lainnya

2. TINJAUAN PUSTAKA

Produk

Kotler dan Amstrong (2018:262), Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

1. Dilarang menyalin atau menjiplak isi tulisan ini tanpa mencantumkan sumbernya.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kotler dan Keller dalam bukunya *Marketing of Management* (2016:389), mengatakan bahwa produk segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, peristiwa, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide.

Kualitas

Menurut Atmaja (2018:11), Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang menemui atau melebihi harapan.

Kualitas Produk

Kotler dan Armstrong (2018:249) mendefinisikan Kualitas produk dapat diartikan sebagai fitur atau karakteristik dari suatu produk atau layanan yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen, baik yang secara terang-terangan dinyatakan maupun tidak.

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:308), harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Harga bukan hanya angka nominal yang tertera dilabel suatu kemasan, tapi harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi, seperti sewa tempat, ongkos, upah, bunga, tarif, biaya penyimpanan dan gaji. Semuanya merupakan harga yang harus dibayar untuk mendapatkan barang dan jasa.

Keputusan Pembelian Ulang

Menurut Kotler and Keller (2016:184), keputusan pembelian adalah suatu tahap dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Menurut Peter & Olson, (2013) menyatakan bahwa keputusan pembelian ulang merupakan tindakan konsumen untuk melakukan pembelian ulang yang disebabkan oleh dorongan dan perilaku membeli secara berulang sehingga dapat menimbulkan loyalitas terhadap produk yang dirasa sesuai.

3. METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek Penelitian adalah Produk Mixue dalam pengamatan penelitian ini adalah mengenai Keputusan Pembelian Ulang. Sedangkan subjek penelitian ini adalah Konsumen yang pernah membeli dan mengkonsumsi lebih dari 1 kali produk Mixue di Jakarta Utara. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisisioner.

Variabel Penelitian

Variabel bebas atau independen dalam penelitian ini merupakan Kualitas Produk (X1), dan Harga (X2), Variabel terikat atau dependen dalam penelitian ini merupakan Keputusan Pembelian Ulang(Y).

Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Peneliti akan menggunakan metode *Non-Probability Sampling* yaitu sistem pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap 30 unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Hal ini dikarenakan tidak diketahui secara pasti berapa jumlah pembeli produk Mixue di Jakarta Utara. Sedangkan cara pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan *Sampling Purposive*, yaitu teknik penentuan sampel dengan tujuan tertentu yaitu harus mengumpulkan data dari pembeli produk Mixue, karena hanya pembeli yang dapat menilai produk. Jumlah responden yang di ambil adalah 105 responden



Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan *non probability* atau disebut juga penarikan sampel secara tidak acak. Pendekatan dilakukan penulis dengan menyebarkan kuisisioner yang didalamnya terdapat beberapa pertanyaan, kuisisioner diberikan kepada responden yang pernah membeli dan mengkonsumsi produk Mixue di Jakarta Utara lebih dari 1 kali. Pada penelitian ini menggunakan tingkat kesetujuan skala Likert yaitu STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, dan SS = Sangat Setuju. Kemudian setiap tingkat jawaban diberi skor dari 1 sampai 5. Nilai 1 untuk jawaban *unfavourable* dan nilai 5 untuk *favourable*. Populasi ini akan diambil 105 responden.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas menurut Ghozali (2016: 52), digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Jadi, validitas untuk mengukur apakah pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner yang dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur.

$$r_{xy} = \frac{N \sum NY - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

X: Skor pertanyaan

Y: Skor total

r_{xy} : Koefisien korelasi

N: Banyaknya responden

Jika koefisien (r) yang diperoleh \geq koefisien tabel r *product moment* maka pernyataan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016:47), adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

$$a = \frac{b}{b-1} \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^b S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Keterangan:

a: reliabilitas instrument

b: jiwa butir dalam skala pengukuran

S_i^2 : ragam (*variance*) dari butir ke-i

S_t^2 : ragam (*variance*) dari skor total

Analisis Deskriptif

Rata- rata hitung



Rata-rata hitung atau mean dilakukan dengan menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut. Jadi jika suatu kelompok sampel acak dengan jumlah sampel n , maka bisa dihitung rata-rata dari sampel tersebut dengan rumus berikut:

$$\bar{x} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i$$

Keterangan:

- \bar{x} Rata-rata hitung
- x_i Nilai sampel ke -i
- n Jumlah sampel

Rentang Skala

Dalam mendeskripsikan variabel-variabel yang diteliti akan dilakukan dengan menggunakan skor rata-rata dan selanjutnya skor rata-rata tersebut akan di plot pada rentang skala Data primer yang telah diperoleh dari kuisioner selanjutnya dikelompokkan ke dalam rentang skala untuk menentukan posisi nilai skor rata-rata suatu Variabel / dimensi / indikator.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Kolmogrov-Smirnov (Ghozali, 2018:161), Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Kenormalan data pada uji normalitas tersebut, data dilihat pada analisis regresi *linier plot* (normal probability plot).

Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis:

- H_0 data residual berdistribusi normal.
- H_1 data residual tidak berdistribusi normal.

Dengan signifikan ($\alpha=0,05$), maka dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $p\text{-value} > \alpha$, maka data dikatakan berdistribusi normal.
- 2) Jika $p\text{-value} < \alpha$, maka data dikatakan tidak berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016: 103), Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

Kriteria yang digunakan adalah:

- 1. Jika nilai VIF di sekitar angka 1-10, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinieritas.
- 2. Jika nilai Tolerance ≥ 0.10 , maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018:137).

Analisis Regresi Berganda

Menurut Sekaran dan Bougie (2017: 139), Analisis regresi berganda adalah teknik multivariat yang sering kali digunakan dalam penelitian bisnis. Analisis regresi berganda menggunakan lebih dari satu variabel

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh isi tulisan ini untuk kepentingan pribadi atau kelompok. Penyalinan hanya untuk keperluan penelitian, pendidikan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

bebas untuk menjelaskan varians dalam variabel terikat. Regresi berganda memiliki persamaan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian Ulang

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = Harga

β₀ = konstanta

β₁ = koefisien regresi variabel Kualitas Produk

β₂ = koefisien regresi variabel Harga

e = error

Uji Keberartian Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah model regresi penelitian layak atau tidak untuk digunakan. Hasil uji F dilihat dalam table ANOVA dalam kolom sig. Sebagai contoh, kita menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% dengan hipotesis sebagai berikut:

Pengaruh Kualitas Produk (X₁) dan Harga (X₂) terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Y)

H₀: β₁=β₂=β₃=0

H_a: Paling sedikit ada satu dari β ≠ 0, i = 1, 2, 3

Maka dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai Sig-F < 0.05, maka tolak H₀ atau dapat disimpulkan model regresi layak digunakan.
2. Jika nilai Sig-F > 0.05, maka tidak tolak H₀ atau dapat disimpulkan model regresi tidak layak digunakan.

Jika uji F hasilnya adalah tolak H₀, maka pengujian selanjutnya akan dilakukan pengujian uji t.

Uji Signifikan Koefisien (uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Hasil uji t dapat dilihat pada *table coefficient* pada kolom sig, dengan hipotesis sebagai berikut:

H₀: β_i = 0

H_a: β_i > 0, i = 1, 2, 3

Kriteria Pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika signifikansi ≤ 0,05, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Jika signifikansi > 0,05, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat

Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Ghazali (2016:95), koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.





1. $R^2 = 0$, artinya variabel bebas (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel terikat (Y).
2. $R^2 = 1$, artinya variabel bebas (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel terikat (Y).

4. HASIL

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa keseluruhan item pertanyaan untuk variabel adalah valid sehingga butir instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Berdasarkan hasil uji reliabilitas, seluruh variabel dalam instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel. Hal ini sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan dimana nilai Cronbach Alpha yang dihasilkan masing-masing variabel berada diatas nilai r tabel yaitu 0,1918.

Analisis Deskriptif

Tabel 1. 1 Hasil Analisis Deskriptif

	Jumlah Indikator	Skor Rata-rata	Rentang Skala
Kualitas Produk	13	3,99	Setuju
Harga	4	4,32	Sangat Setuju
Keputusan Pembelian Ulang	2	3,81	Setuju

Uji Asumsi Klasik

Tabel 1. 2 Ringkasan Uji Asumsi Klasik

Jenis Penelitian	X1	X2
Uji Normalitas	Asymp. Sig (2-tailed) = 0,200	
Uji Multikolineartias	Tolerance	0,635
	VIF	1,576
Uji Heterokedastisitas	Sig.	0,791

Uji Normalitas

Hasil dari uji normalitas diketahui Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari nilai $\alpha = 0,05$. Diketahui bahwa H_0 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa data diambil dari populasi yang berdistribusi normal

Uji Multikolinearitas

Variabel Kualitas Produk memiliki nilai Tolerance sebesar 0,635 dan nilai VIF sebesar 1,576, dan variabel Harga memiliki nilai Tolerance sebesar 0,635 dan nilai VIF sebesar 1,576. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1), dan Harga (X2) dapat dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Hasil dari Uji Heterokedastisitas menunjukkan bahwa nilai sig dari Kualitas Produk, dan Harga > 0.05 . Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menjiplak seluruh atau sebagian dari isi laporan ini tanpa izin IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pengujian Hipotesis

Tabel 1. 3 Ringkasan Uji Hipotesis

Jenis Penelitian		X1	X2
Uji F	Nilai F	29,701	
	Sig.	0,00	
Uji t	Nilai t	3,805	3,039
	Sig.	0,00	0,03
R ²	0,607		
t tabel	1,983		
F tabel	3,08		

Uji Kesesuaian

Model (Uji F) Berdasarkan hasil dari Tabel 1.3, diketahui bahwa nilai F hitung adalah 29,701 > F Tabel 3,08 dengan nilai sig. sebesar 0.000 < 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Y

Uji Koefisien Regresi (Uji t)

Berdasarkan hasil uji koefisien regresi pada Tabel 1.3, diketahui bahwa variabel Kualitas Produk memiliki nilai t sebesar 3,805 < t hitung 1,983 dengan nilai sig sebesar 0.00 < 0.05, maka Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ulang. Variabel Harga memiliki nilai t sebesar 3,039 < t hitung 1,983 dengan nilai sig sebesar 0.03 < 0.05, maka Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ulang. Koefisien Determinasi (R²) Berdasarkan Tabel 4.19, diketahui nilai R square adalah 0.356 atau sama dengan 35,6%. Maka diketahui bahwa Kualitas Produk (X1), dan Harga (X2) mempengaruhi Keputusan Pembelian Ulang (Y) sebesar 35,6% dan sisanya sebesar 64,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

5. PEMBAHASAN

Analisis Variabel Kualitas Produk

Secara umum, produk Mixue memiliki kualitas produk yang sangat baik, seperti yang terlihat dari analisis deskriptif. Penilaian ini didasarkan pada indikator kualitas produk, seperti porsi yang disajikan Mixue sesuai dengan kebutuhan/keinginan konsumen dan produk Mixue yang menawarkan rasa yang unik pada setiap varian, tampilan minuman yang disajikan menarik,

Produk minuman Mixue memiliki pilihan takaran gula yang dapat disesuaikan dengan selera konsumen, Pelayan Mixue membantu konsumen dalam pemilihan produk, Mutu kinerja yang ditawarkan Mixue baik, Produk Minuman dan Es krim dengan kualitas premium, Variasi minuman yang disajikan banyak, Rasa Produk yang disajikan sesuai selera konsumen,

Produk Takeaway tidak mudah rusak dan dapat dikonsumsi selang beberapa waktu, Rasa produk Mixue selalu konsisten dari waktu ke waktu, Mixue akan melakukan penggantian produk apabila produk tidak sesuai pesanan/tumpah, dan Produk yang disajikan Mixue memiliki ciri khas.

Bedasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan, diketahui bahwa indikator Kualitas Produk Mixue dengan skor yang paling tinggi adalah Porsi yang disajikan Mixue sesuai kebutuhan / keinginan konsumen. Sedangkan indikator Kualitas Produk Mixue dengan skor yang paling rendah adalah Mixue akan melakukan penggantian produk apabila produk tidak sesuai pesanan/tumpah. Dapat disimpulkan bahwa Produk Mixue memiliki Kualitas produk yang sangat baik.

Mixue sangat memperhatikan kualitas produknya sebelum disajikan kepada konsumen. Jika produk tidak sesuai dengan pesanan konsumen, Mixue siap untuk mengganti produk tersebut dengan yang baru agar konsumen tetap merasakan kualitas produk yang sangat baik dari Mixue. Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang dari konsumen Produk Mixue di Jakarta Utara.

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagai acuan penelitian atau karya tulis lainnya tanpa izin IBIKKG.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan tesis, dan keperluan administratif lainnya.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Analisis Variabel Harga

Dalam analisis deskriptif, Produk Mixue secara keseluruhan memiliki harga yang sangat baik. Penelitian ini didasarkan pada indikator Harga, yaitu Harga Produk Mixue terjangkau bagi konsumen, Harga Produk Mixue sesuai dengan kualitas yang diberikan, Harga Produk Mixue sesuai dengan manfaat yang diberikan, dan Harga Produk Mixue lebih murah dibandingkan pesaingnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan, diketahui bahwa indikator Harga Mixue dengan skor yang paling tinggi adalah Harga Produk Mixue terjangkau bagi konsumen. Sedangkan indikator Harga Produk Mixue dengan skor yang paling rendah adalah Harga Produk Mixue sesuai dengan manfaat yang diberikan. Maka, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang dari konsumen Produk Mixue di Jakarta Utara.

Analisis Variabel Keputusan Pembelian Ulang

Dalam analisis deskriptif, Produk Mixue secara keseluruhan memiliki pengaruh yang sangat baik. Penelitian ini didasarkan pada indikator Keputusan Pembelian Ulang, yaitu Saya akan membeli kembali produk Mixue dalam waktu yang akan datang, dan Saya berniat untuk mempertahankan kebiasaan saya membeli Produk Mixue. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa indikator Keputusan Pembelian Ulang Produk Mixue dengan skor tertinggi adalah Saya akan membeli kembali produk Mixue dalam waktu yang akan datang, sementara indikator dengan skor terendah adalah Saya berniat untuk mempertahankan kebiasaan saya membeli Produk Mixue. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Keputusan Pembelian Ulang Produk Mixue sangat baik.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk dan Harga memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Mixue di Jakarta Utara sebesar 35,6%. Sementara itu, sebagian besar pengaruh sebesar 64,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Namun, Variabel Kualitas Produk dan Harga tetap merupakan variabel yang penting karena memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang oleh konsumen. Oleh karena itu, Mixue perlu terus memperhatikan kualitas produk dan harga untuk menjaga kepuasan konsumen dan meningkatkan loyalitas konsumen.

6. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan hasil perhitungan mengenai variabel Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Mixue di Jakarta Utara, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas produk pada produk Mixue dapat meningkatkan Pengaruh Keputusan Pembelian Ulang.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang sehingga dapat disimpulkan bahwa Harga pada produk Mixue dapat meningkatkan Pengaruh Keputusan Pembelian Ulang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi 9*

Kotler, P., & Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management*.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. In Pearson Education.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode penelitian untuk bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian Edisi 6 Buku 1*



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI KKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI KKG.

PERSETUJUAN RESUME KARYA AKHIR MAHASISWA

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : Angeline Natania Tamin

NIM : 73190463 Tanggal Sidang : 18 April 2023

Judul Karya Akhir : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Mixue di Jakarta Utara

Jakarta 5 / 5 20 23

Mahasiswa/I

Angeline Natania T.
(Angeline Natania T.)

Pembimbing

Ir. Nawa Burfa, S.E., M.M.
(Ir. Nawa Burfa, S.E., M.M.)