

## Keputusan Pembelian Bakso Ditinjau Dari Kualitas Dan Harga Produk Pada Bakso Rahayu di Kota Dumai

**Azzahra Luthfi Zahira**

*Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai*

[azzahraluthfizahira@iaitfdumai.ac.id](mailto:azzahraluthfizahira@iaitfdumai.ac.id)

**Iswahyuli**

*Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai*

[iswahyuli24@gmail.com](mailto:iswahyuli24@gmail.com)

### Abstrak

Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas dan harga produk terhadap keputusan pembelian Ba'so Rahayu Dumai. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 75 orang responden. Analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS 21.0 for windows. Hasil penelitian menjelaskan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, selain itu harga produk juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan kualitas dan harga produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan nilai adjust R Square sebesar 0,555 menjelaskan bahwa kualitas dan harga produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian bakso di Ba'so Rahayu Dumai sebesar 55,5% sementara 44,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci ; Kualitas Produk, Harga Produk, Dan Keputusan Pembelian**

### Abstract

*The purpose of this study was to determine the effect of product quality and price on purchasing decisions of Ba'so Rahayu Dumai. The sample in this study amounted to 75 respondents. The data analysis used is multiple linear regression with the help of SPSS 21.0 software for windows. The results of the study explain that product quality has a significant influence on purchasing decisions, besides that product prices also have a significant influence on purchasing decisions. Simultaneously product quality and price have a significant influence on purchasing decisions. While the adjusted R Square value of 0.555 explains that product quality and price can influence the decision to purchase meatballs at Ba'so Rahayu Dumai by 55.5% while the remaining 44.5% is influenced by other variables not examined in this study.*

**Keywords ; product quality, product price, and purchasing decisions**

### Latar Belakang

Perkembangan zaman yang modern ini, persaingan bisnis dalam dunia kuliner semakin ketat dan meningkat, ditandai dengan banyaknya pembisnis yang terjun di dunia kuliner. Persaingan tersebut disebabkan karena saat ini kuliner menjadi bisnis yang sangat menjajikan. Pertumbuhan penduduk Kota Dumai yang semakin meningkat menyebabkan kebutuhan yang meningkat pula terutama akan kebutuhan pangan. (Muliati et al., 2021)

Perkembangan dunia kuliner khususnya di Kota Dumai telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Kuliner tidak hanya sebatas pemenuhan kebutuhan primer manusia namun lebih dari pada itu, dunia kuliner saat ini telah menjadi gaya hidup masyarakat. Daya tarik yang dimilikinya

membentuk citra positif sebagai kota wisata kuliner. Khususnya diakhir pekan, jalanan di Kota Dumai menjadi lebih ramai dibandingkan hari-hari biasanya, hal inilah yang membuat bisnis kuliner di Kota Dumai semakin berkembang. Maka dari itu pelaku bisnis berlomba-lomba membuka usaha dibidang kuliner. Usaha kuliner Kota Dumai pun sangat bermacam-macam mulai dari *caffé*, *coffe shop*, *restaurant*, *food court*, sampai *pedagang kaki lima*. (Muliati et al., 2021)

Perkembangan *restaurant*, rumah makan dan *caffé dewasa* ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan disegala bidang. Melihat kondisi tersebut menyebabkan pembisnis *restaurant*, rumah makan dan *caffé* semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target volume penjualan. Mengingat perkembangan teknologi yang semakin dinamis, manusia dituntut dengan cepat dan tepat untuk bertindak agar tidak kalah saing. Memenangkan persaingan tersebut dapat dilakukan dengan menampilkan produk yang terbaik dengan harga yang tidak cukup mahal dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah, serta dengan pelayanan yang memuaskan. (Muliati et al., 2021).

Segala sesuatu yang berhubungan dengan manusia setiap kali akan mengalami perubahan, baik dalam bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, dan juga pengaruh pada pola perilaku pesaing di dalam menjalankan bisnisnya. Hal ini mengakibatkan persaingan semakin ketat dalam dunia bisnis. Setiap perusahaan pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan usaha-usahanya (Kudo, 2013).

Dalam dunia bisnis, keputusan konsumen dalam melakukan pembelian berperan penting. Keputusan pembelian adalah sebagai keinginan konsumen untuk membeli suatu produk. Konsumen akan memutuskan produk yang akan di beli berdasarkan persepsi mereka terhadap produk tersebut berkaitan dengan kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan. (J.I.Emor et al., 2019)

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Konsep produk menyatakan bahwa konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang menawarkan fitur-fitur paling bermutu, berprestasi, atau inovatif. Perusahaan harus mempertimbangkan kualitas produk yang dihasilkan karena dengan meningkatkan kualitas maka reputasi perusahaan akan meningkat sehingga perusahaan akan mendapatkan predikat yang baik dimata pelanggan, bahkan tidak menutup kemungkinan bahwa produk dapat berekspansi dipasar global. (Fatimah et al., 2020)

Islam menganjurkan agar konsumen mengkonsumsi produk yang berkualitas, sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur`an surah Al-Baqarah ayat 168 :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya : “*Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kalian mengikuti langkah-langkah setan; karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagi kalian.*”

Dalam dunia bisnis, faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Penentuan harga jual merupakan salah satu keputusan manajemen yang sangat penting, sebab berhubungan dengan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Harga merupakan salah satu faktor utama konsumen dalam mempertimbangkan keputusan pembelian. Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas yang terjual. Selain itu, secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi (Fatimah et al., 2020).

Penelitian yang diambil oleh peneliti adalah penelitian terkait pengaruh kualitas produk dan harga produk yang berdampak pada keputusan pembelian bakso. Bakso adalah salah satu makanan lezat dan populer di Indonesia. Kepopuleran bakso dapat dibuktikan dengan hadirnya para pengusaha bakso berupa restoran, kios atau pedagang keliling, dapat dijumpai hampir di seluruh penjuru Indonesia. Dengan kemajuan teknologi, Bukan hal yang aneh jika bakso dijual secara online. Bakso dijual dengan Harga yang sepadan dan bervariasi sehingga mampu untuk dibeli konsumen. Bahan baku utama yang digunakan dalam pembuatan bakso adalah tepung tapioka dan daging yang dicampur dengan bumbu (Pristiawan et al., 2022).

Berdasarkan observasi yang penulis lakukan, terdapat beberapa restaurant bakso di Kota Dumai. Dalam perkembangan usaha bakso, banyak inovasi yang dilakukan oleh pengusaha bakso, seperti bakso ireng, bakso beranak dan inovasi lainnya yang terus berkembang guna menarik perhatian konsumen. Maka dari itu pelaku usaha bakso perlu sekiranya mempunyai ciri khas tersendiri dalam produknya, agar tidak mudah dilupakan oleh konsumen dan tidak tenggelam dalam pasar persaingan. Dari hasil observasi yang penulis amati, Salah satu Restaurant bakso yang menarik perhatian penulis yaitu “Ba’so Rahayu”. Penulis tertarik melakukan penelitian pada “Ba’so Rahayu” karena usaha bakso ini tidak tenggelam dalam pasar persaingan, sebab mampu bertahan puluhan tahun bahkan usahanya terus berkembang pesat. Hal ini tampak pada bangunan dan fasilitas restaurant yang terus berkembang. Bahkan usaha ini sempat mengalami musibah kebakaran sehingga harus berpindah tempat, akan tetapi hal itu tidak membuat “bakso rahayu” tenggelam ditengah persaingan. Di tempat sekarang ini “Ba’so Rahayu” telah ada sejak 30 tahun lebih. Usaha yang berlokasi di Jalan Sultan Syarif Kasim, Kelurahan Teluk Binjai, Kecamatan Dumai Timur, Kota Dumai, ini tetap mempertahankan rasa sebagai ciri utamanya, “ba’so Rahayu” tidak berinovasi banyak dalam varian bakso yang ditawarkannya kepada konsumen, namun mengunggulkan cita rasa dan juga kualitas bahan yang bagus dan terjamin kebersihannya, dalam memproduksi bahan-bahannya, dibuat secara *homemade* oleh pemiliknya sendiri sehingga kualitas rasa senantiasa terjaga. Seperti namanya, usaha makan ini menawarkan bakso sebagai menu utama, dan juga ada mie ayam, miso, dan varian gabungan, serta aneka minuman.

. Hal lain yang juga unik dan menarik perhatian penulis saat melakukan observasi dalam beberapa tahun terakhir pada “Ba’so Rahayu” yaitu, harga bakso yang di tawarkan oleh “ba’so rahayu” telah mengalami kenaikan beberapa kali, saat ini range harga termurah varian bakso di angka Rp.15.000,

padahal dipasar persaingannya, masih ada pesaing yang menawarkan bakso dengan harga Rp.12.000, akan tetapi pembeli tetap ramai berdatangan setiap harinya untuk makan langsung di tempat dan take away, keramaian pembeli terutama terjadi pada jam makan siang dan malam, terlebih di hari weekend, bahkan penulis pribadi pernah sampai harus menunggu konsumen lain selesai makan hanya untuk dapat tempat makan yang kosong. Hal ini tentunya bertentangan dengan teori hukum permintaan, yang berbunyi “*jika harga barang naik, maka permintaan akan menurun*”. Pembeli yang tidak pernah sepi pada “Ba’so Rahayu” menandakan banyaknya peminat dari produk yang disediakan usaha makanan tersebut, tentunya banyak faktor-faktor yang mempengaruhi sehingga konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian. Sehubungan dengan fenomena terjadi saat ini dengan Restaurant sebagai Top Brand, penulis melakukan penelitian ini, diharapkan dapat mengetahui pengaruh kualitas dan harga produk terhadap keputusan pembelian pada Ba’so Rahayu Dumai. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengangkat judul “*Pengaruh Kualitas dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Ba’so Rahayu di Kota Dumai*”

## Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di bakso Rahayu yang beralamt di Jl. Sultan Syarif Kasim Kota Dumai. penelitian ini dilakukan pada bulan April hingga Juni 2022. Subjek pada penelitian ini adalah seluruh konsumen bakso rahayu, sementara objek pada penelitian ini keputusan pembelian bakso, harga dan kualitas produk. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota dumai yang berjumlah 255.980 ( hasan, 2004 ) dalam (Isdiana & Susiana, 2020). Di ambil sampel 300 orang konsumen terhadap keputusan pembelian pada Ba’so Rahayu Dumai. Sampel tersebut sudah dianggap mewakili populasi yang ada. Teknik pengambilan sampel yaitu dengan cara teknik random sederhana. Sampling random sederhana ( *simple random sampling* ) memiliki ciri utama yaitu setiap unsur dari keseluruhan informasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih. (Abdullah & Saebani, 2014). Beradsarkan rumus slovin jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 75 responden. Data diperoleh melalui data primer yaitu hasil kuisisioner responden mahasiswa. Kemudian data dional dan dianalisis menggunakan analisis regresi dengan Bantuan SPSS 21.

## Kualitas Produk Di Bakso Rahayu Dumai

**Tabel 1.**  
**Hasil Uji Analisis Deskriptif**

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	75	52,00	28,00	80,00	64,8933	8,78816
X2	75	15,00	10,00	25,00	20,9600	3,07756
Y	75	38,00	12,00	50,00	36,7200	6,86267
Valid N (listwise)	75					

Berdasarkan tabel 1 diketahui nilai rata-rata kualitas produk bakso rahayu sebesar 64,89. Nilai tersebut termasuk kedalam kategori tinggi, artinya bakso Rahayu memiliki kualitas yang baik, hal ini didasarkan pada hasil responden yang menyatakan bahwa bakso yang disajikan di bakso Rahayu, merupakan bakso segar, tampilannya menarik, produk tidak basi, baksonya tidak terdapat benda asing, seperti rambutan atau binatang dll, selain itu bakso rahayu juga memiliki cita rasa yang khas, tekstur bakso pas dan rasa bumbu kuahnya sesuai, inovasi produk sesuai dengan keinginan konsumen, dan bakso Rahayu memiliki menu yang bervariasi.

Menurut Kotler kualitas produk adalah seluruh ciri, sifat, pelayanan suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Sementara itu menurut Garvin dan Timpe dalam (Alma, 2011) kualitas adalah keunggulan yang dimiliki oleh produk tersebut. Menurut Tjiptono dalam (Amrullah et al., 2016) Suatu produk dikatakan berkualitas apabila memiliki penampilan produk yang menarik, kualitas yang berkesan baik. Dalam hal ini bakso Rahayu mencakup identifikasi di atas.

### **Harga Produk Di Bakso Rahayu Dumai**

Berdasarkan tabel di atas diketahui pula bahwa rata-rata harga bakso rahayu yang dipasarkan kepada konsumen sebesar 20,96 nilai tersebut termasuk kedalam kategori sedang. artinya harga bakso yang ditawarkan kepada konsumen tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah, dan harganya ramah dengan kantong konsumen. Berdasarkan hasil responden Sebagian besar responden menyatakan bahwa harga bakso sesuai dengan kualitas produk, harga sesuai manfaat produk, harga sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan, dan harga terjangkau dengan kantong konsumen.

### **Keputusan Pembelian Di Bakso Rahayu Dumai**

Nilai rata-rata keputusan pembelian konsumen sebesar 36,72. Nilai tersebut termasuk kedalam kategori sedang, hal ini dapat diidentifikasi bahwa Sebagian besar responden menyatakan bahwa konsumen memiliki kemantapan memilih produk, memiliki tempat yang nyaman dibanding yang lain, memperoleh informasi dari orang lain, memilih produk ini ketimbang produk lain, memberi rekomendasi kepada orang lain, informasi tentang produk sesuai dengan kenyataan, pilihan tetap sama, menjadi favorit konsumen, melakukan pembelian ulang, memiliki keinginan untuk menjadi pelanggan tetap.

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dapat terjadi apabila konsumen sudah mendapatkan layanan dari pemberian jasa dan setelah itu konsumen merasakan adanya kepuasan dan ketidakpuasan, maka dari itu konsep keputusan pembelian tidak lepas dari konsep kepuasan konsumen (Indrasari, 2019) Keputusan pembelian merupakan sikap seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah diyakini akan memuaskan dirinya dan kesediaan

menanggung resiko yang mungkin ditimbulkannya. Keputusan pembelian yang diambil oleh pembeli sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan yang terorganisir (Kudo, 2013)

Menurut Philip Kotler (2011) dalam (Rena, 2021) ada empat indikator yang menyatakan bahwa keputusan pembelian konsumen diantaranya yaitu kemantapan pada sebuah produk, kebiasaan dalam membeli dan menggunakan produk, memberikan rekomendasi kepada orang lain, pengevaluasian terhadap produk dan melakukan pembelian ulang.

**Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakso Rahayu Di Kota Dumai**

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Hipotesis**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1698,765	1	1698,765	69,421	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1786,355	73	24,471		
	Total	3485,120	74			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2

Berdasarkan tabel 2 diatas diketahui nilai sign variabel kualitas produk sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hit} 66,44 > F_{tab} 3,12$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maksudnya ialah variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam membeli bakso di bakso Rahayu.

**Tabel 3**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,690 <sup>a</sup>	,477	,469	4,99922

a. Predictors: (Constant), X1

Dari tabel 3 diketahui nilai R Square untuk variabel kualitas produk sebesar 0,477. R Square menunjukkan seberapa besar persentase kontribusi variabel kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam membeli bakso Rahayu. Dari nilai R Square tersebut diketahui bahwa kualitas produk berkontribusi terhadap keputusan konsumen dalam membeli bakso di Rahayu sebesar 47,7%.

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Koefisien**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,739	4,330	,402	,689		
	X1	,539	,066	,690	8,152	,000	1,000 1,000

a. Dependent Variable: Y

Dari Tabel 4 diperoleh persamaan regresi seperti dibawah ini:

$$Y = a + b_1x_1 + e$$

$$Y = 1,739 + 0,539 x_1 + e$$

Berdasarkan tabel dan persamaan regresi diatas maka dapat ditarik kesimpulan nilai koefisien X1 (kualitas produk) sebesar 0,1539 dengan tanda positif, artinya jika kualitas produk lebih baik maka keputusan pembelian meningkat sebesar 0,539.

**Pengaruh Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakso Rahayu Di Kota Dumai**

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Hipotesis**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1698,765	1	1698,765	69,421	,000 <sup>b</sup>
1 Residual	1786,355	73	24,471		
Total	3485,120	74			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai sign.  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $69,421 > 3,12$  maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, maksudnya adalah terdapat pengaruh harga produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Artinya setiap perubahan yang terjadi pada variabel bebas yaitu harga produk secara parsial akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 6**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,698 <sup>a</sup>	,487	,480	4,94678

a. Predictors: (Constant), X2



Dari tabel di atas diketahui untuk menghitung besarnya pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian dari tabel Model Summary, R Square = 0,487 ini berarti bahwa kontribusi harga produk, terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 48,7% dan 51,3% lagi dipengaruhi oleh faktor lainya diluar faktor harga produk.

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Koefesien**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,089	3,958	1,033	,305		
	X2	1,557	,187	,698	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel 7 diatas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut

$$Y = a + b_2x_2 + e$$

$$Y = 4,089 + 1,557x_2 + e$$

Dari persamaan diatas diketahui nilai koefesien variabel harga sebesar 1,557 dengan taraf sign sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05 artinya variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada bakso Rahayu . ketika harga ditingkatkan menjadi lebih ramah ramah di kantong konsumen, dan harga seimbang dengan kualitas bakso yang ditawarkan maka keputusan pembelian konsumen terhadap bakso di Bakso Rahayu akan meningkat pula sebesar satu satuan.

Hasil penelitian selaras dengan penelitian sarini kudo 2013, *Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza*, dan penelitian neneng Fatimah, Sri Kasnelly, Abd. Hamid, 2020 *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Liberika Dalam Perspektif Islam Pada Gerai Umkm Mekar Jaya*. Jika ditinjau secara parsial variabel yang paling besar kontribusinya terhadap keputusan konsumen dalam membeli bakso di Bakso Rahayu yaitu variabel harga.



**Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakso Rahayu Di Kota Dumai**

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Hipotesis**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1933,491	2	966,746	44,860	,000 <sup>b</sup>
1 Residual	1551,629	72	21,550		
Total	3485,120	74			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Tabel 8 menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel kualitas bakso dan harga bakso memiliki nilai sign sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai  $F_{hit} 44,860 > F_{tab} 3,12$  Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel kualitas bakso dan harga bakso berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di bakso Rahayu.

**Tabel 9**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,745 <sup>a</sup>	,555	,542	4,64224	2,109

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Diketahui nilai R Square 0,555 atau 55,5% yang menunjukkan bahwa secara bersamaan terdapat pengaruh antara kualitas produk (X1) dan harga produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 55,5% dan sisanya 44,5% dipengaruhi oleh variabel lain.

**Tabel 10**  
**Hasil Uji Koefesien**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,136	4,166		,513	,610
1 X1	,300	,091	,384	3,300	,002
X2	,924	,260	,414	3,558	,001

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel diatas maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,136 + 0,300X_1 + 0,924X_2$$

Persamaan diatas menjelaskan bahwa nilai koefisien kualitas bakso sebesar 0,300 dan nilai koefisien harga bakso sebesar 0,924. Dengan taraf signifikan masing masing variabel sebesar 0,002 dan 0,001 nilai tersebut lebih kecil daripada 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama kualitas bakso dan harga bakso berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli bakso di Bakso Rahayu. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian J.I.Emor., W.F.A.Tumbuan., M.H.Rogi, 2019, *Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Rm. Bakso Solo Pak Eko Di Tomohon*, dan Penelitian Michael Prayogo dan Liliani, 2016 *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Pepo*. Hendra Eka Pristiawan, Mariah, Shandra Bahasoan, 2022 *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakso Granat Malang Indah*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

### **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata kualitas bakso yang ditawarkan di bakso Rahayu memiliki kualitas yang baik dengan nilai 64,89, karena baksonya yang ditawarkan menarik dengan tekstur yang lembut, dan mengugah selera, sementara itu rata-rata harga yang ditawarkannya sangat ramah dengan kantong konsumen, harganya sesuai dengan kualitas bakso yang ditawarkan. Rata-rata keputusan konsumen bakso Rahayu memiliki nilai sebesar 36,72 nilai tersebut termasuk kedalam kategori sedang.

Secara parsial kualitas bakso yang ditawarkan di bakso Rahayu berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam membeli bakso di bakso Rahayu sebesar 47,7%. Sama halnya dengan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli bakso dengan nilai 48,7%. Secara bersama – sama variabel kualitas produk dan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 55,5% dan sisanya sebesar 44,5% keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor lain.

### **Saran**

Kepada peneliti selanjutnya, dapat melanjutkan penelitian ini dengan menambah variabel lain yang belum diteliti, menambah sampel penelitian dan menambah metode seperti wawancara sehingga menghasilkan penelitian yang lebih baik mengenai keputusan pembelian di Ba'so rahayu

### Daftar Pustaka

- Abdullah, B., & Saebani, B. A. (2014). *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*. Pustaka Setia.
- Alma, B. (2013). *Kewirausahaan*. Alfabeta.
- Amir, A. (2015). *Ekonomi dan Keuangan Islam*. Pustaka Muda.
- Amrullah, Siburian, P. S., & ZA, S. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Kinerja : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118. <http://journal.feb.unmul.ac.id>
- Fatimah, N., Kasnelly, S., & Hamid, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Liberika Dalam Perspektif Islam Pada Gerai Umkm Mekar Jaya. *Ekonomi Syariah*, 3(Desember), 67–83.
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>
- Fauzia, I. Y. (2018). *etika bisnis dalam islam*. Kencana.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19* (5th ed.).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomi Press. [http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan.pdf](http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/Pemasaran%20Dan%20Kepuasan%20Pelanggan.pdf)
- Isdiana, F., & Susiana. (2020). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Komposisi Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Kerupuk Cabe Mai Satun Pada Masyarakat Muslim Kota Dumai. 1(3), 1–14.
- J.I.Emor, W.F.A.Tumbuan, & M.H.Rogi. (2019). Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Rm. Bakso Solo Pak Eko Di Tomohon. 7(4), 5407–5415.
- Kudo, S. (2013). Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *EMBA*, 1, 1251–1259. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/2536>
- Leonardo, & Erwan. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Study Kasus : PT. Lung Xiang Indonesia. In *Library Bina Nusantara*.
- Muliati, T., Nurmatias, F., & Azmi, K. (2021). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Pada Restaurant Dr. Nia Baker Seafood N Steak House di Kota Dumai. *Al-Hisbah Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 1–15. <https://doi.org/10.57113/his.v2i2.53>
- Muslihah, F. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dalam Pandangan Islam* (Vol. 1, Issue 1).
- Nasution, A. H., Noer, B. A., & Suef, M. (2007). *Entrepreneurship, membangun spirit teknopreneurship* (Renati Winong Rosari (ed.)). ANDI OFFSET.
- Prayogo, M., & Liliani. (2016). Pengaruh kualitas produk, harga, dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian bakso pepo. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1.
- Pristiawan, H. E., Mariah, & Bahasoan, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakso Granat Malang Indah. 3, 52–63.
- Rena, M. (2021). *Pengaruh kualitas makanan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada warung lepat bugi asli daun pisang di danau bingkuang kabupaten kampar*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Sari, C. P. (2022). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dikeripik Cabe Mai Satun Purnama*. Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai.
- Sriyanto, A., & Utami, D. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone di Jakarta. *Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 163–175. <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/article/view/331/275>
- V. Wiratna Sujarweni. (2021). *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustakabarupress.



**JURNAL AL-HISBAH**

**Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin**

Jl. Utama Karya II No.3 Bukit Batrem, Dumai Timur, Kota Dumai, Riau Kode Pos: 28826

E-Mail: [ejournaliaitf@gmail.com](mailto:ejournaliaitf@gmail.com)

Yafie, A. S. (2016). Kepuasan Pelanggan ( Studi pada Pelanggan Food and Beverage 8 Oz Coffee Studio Malang ). *Administrasi Bisnis*, 35(2), 11–19.