

PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK IKLAN, DAN POTONGAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PIZZA HUT DI KOTA MALANG

Karina Denna Larinta

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

karinadennal14@gmail.com

Dosen Pembimbing:

Dr. Mugiono, SE., MM.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan dan Potongan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Pizza Hut di Kota Malang. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research* yang menjelaskan pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 120 responden. Responden tersebut merupakan konsumen Pizza Hut yang pernah mengunjungi Pizza Hut di Kota Malang. Penelitian ini menggunakan teknik sampel dengan metode *non-probability* sampling. Uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai probabilitas dan t-statistik. Analisis data menggunakan *The Statistical Package For Social Sciences* (SPSS) dan dibantu dengan software SPSS 20. Hasil penelitian ini menunjukkan secara simultan kualitas produk, daya tarik iklan, dan potongan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai yang signifikan. Potongan harga berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen.

KATA KUNCI: Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Harga, dan Keputusan Pembelian.

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, ADVERTISING ATTRACTION, AND
PRICE COST ON INTEREST IN BUYING PIZZA HUT CONSUMERS IN MALANG
CITY**

By:

Karina Denna Larinta

*Faculty of Economics and Business University of Brawijaya
karinadennal14@gmail.com*

Supervisor:

Dr. Mugiono, SE., MM.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Product Quality, Advertising Attractiveness and Price Discounts on the Purchase Interest of Pizza Hut Consumers in Malang City. This type of research is explanatory research that explains the influence of one variable with other variables through testing hypotheses. This study used a sample of as many as 120 respondents. The respondents were Pizza Hut consumers who had visited Pizza Hut in Malang City. This study uses a sampling technique with a non-probability sampling method. Hypothesis testing is done by looking at probability values and t-statistics. Data analysis using The Statistical Package for Social Sciences (SPSS) and assisted with SPSS 20 software. The results of this study indicate product quality, ad attractiveness, and price discounts affect consumer purchasing decisions with significant value. Discounted price has a dominant influence on consumer purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Ad Attractiveness, Price, and Purchasing Decision.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang yang memiliki penduduk diperkirakan mencapai 250 juta jiwa lebih, hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengusaha lokal dan asing untuk melakukan investasi dalam *sector industry* makanan dan minuman. Sektor perdagangan dalam penyedia produk praktis saat ini adalah restoran cepat saji (*fast food*). Istilah *fast food* makin terkenal seiring dengan masuknya istilah tersebut sebagai salah satu entry dalam kamus Merriam-Webster pada 1951. Sebelumnya, restoran yang menjual makanan siap saji disebut *Quick Service Restaurant (QSR)*. Fenomena yang berkembang dalam masyarakat dunia ketiga termasuk Indonesia yaitu adanya kecenderungan terjadinya perubahan gaya hidup (*lifestyle*). Generasi muda lebih suka makan dan menghabiskan waktu ke mall, ke cafe dan tentunya dengan makanan-makanan ala barat atau restoran siap saji, McD, Pizza Hut dan lain sebagainya. Kondisi ini dimungkinkan karena sistem penjualan yang modern mampu mempengaruhi penduduk Indonesia untuk mengkonsumsinya, tidak terkecuali makanan dari Negara Italia, yaitu Pizza. Makanan jenis ini banyak digemari masyarakat Indonesia dari segala umur dan kalangan.

Di dunia bisnis itu banyak terjadi persaingan-persaingan antar produsen dalam menjajakan barang-barang miliknya, banyak produsen yang memiliki barang yang sama dengan produsen lain, hal itu akan membuat persaingan semakin ketat. Berjalannya perusahaan yang dimiliki, seorang manager harus mempunyai strategi tersendiri agar tidak kalah saing dengan perusahaan orang lain. Kesempatan kali ini penulis akan sedikit menganalisis tentang persaingan dua perusahaan pizza dengan merk yang berbeda.

Pizza Hut merupakan sebuah restoran yang menyediakan berbagai macam rasa pizza bahkan juga menyediakan menu-menu lain seperti spaghetti, salad, *ice cream* dsb, pizza hut juga menyediakan nasi dan menu-menu yang memang dikhususkan untuk lidah orang

Indonesia. Pizza Hut merupakan restoran yang sangat mengedepankan pelayanan dan membuat para pelanggan di perlakukan seperti raja dan memberikan tempat yang nyaman untuk sekedar makan atau sambil berlama- lama untuk ngobrol. Pizza Hut juga menawarkan program PHD (*pizza hut delivery*) yang memang ditunjukkan untuk mengantar pizza kepada konsumen ditempat yang dituju.

Berdasarkan penjelasan yang telah di uraikan sebelumnya, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Pizza Hut di Kota Malang”**.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Pengertian kualitas produk memiliki inti pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang bertujuan untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2014:11), kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Menurut Kotler dan Keller (2016:164), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Sedangkan menurut Mowen (2016:161)

DAYA TARIK IKLAN

Daya tarik iklan adalah penyampaian pesan mengenai produk dengan menggunakan beberapa pendekatan untuk dapat menarik konsumen. Menurut Kotler (2011). Daya tarik iklan adalah segala bentuk penyajian dan promosi ide, barang atau jasa secara non-personal oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran.

POTONGAN HARGA

Potongan harga merupakan salah satu strategi bisnis yang diterapkan oleh para pelaku bisnis. Strategi potongan harga diberlakukan dengan tujuan utama 16 perputaran uang perusahaan tetap terjaga. Perputaran uang yang dinamis, perusahaan dapat membiayai biaya operasional dan biaya tenaga kerja. Transaksi perdagangan selalu melibatkan dua pihak yaitu pihak pembeli sebagai pihak penerima barang dan penjual sebagai pihak yang menyerahkan barang. Sebelum transaksi terjadi kedua belah pihak harus mencapai kesepakatan mengenai harga dari barang-barang yang diperjualbelikan beserta syarat-syarat lainnya, termasuk di dalamnya mengenai Diskon.

MINAT BELI

Minat beli adalah sesuatu diperoleh dari proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat beli ini menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu (Mowen dalam Oliver (2014)).

HIPOTESIS

H1 : Diduga adanya pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Pizza Hut di Kota Malang?

H2 : Diduga adanya pengaruh daya tarik iklan terhadap minat beli konsumen pada Pizza Hut di Kota Malang?

H3 : Diduga adanya pengaruh potongan harga terhadap minat beli konsumen pada Pizza Hut di Kota Malang?

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, jenis yang digunakan oleh peneliti adalah jenis *explanatory research*. Menurut Sugiyono (2014), metode *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain. Berdasarkan jenis penelitian tingkat penjelasan, Maka tipe penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Pada akhirnya hasil penelitian ini menjelaskan hubungan kausal antar variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (14:2015) yaitu metode penelitian yang berlandaskan terhadap filsafat positivisme digunakan dalam meneliti terhadap sample dan pupulasi penelitian. Tehnik pengambilan sampel umumnya dilakukan dengan acak atau *random sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara memanfaatkan instrumen penelitian yang dipakai analisis data yang digunakan bersifat kuantitatif/bisa diukur dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan sebelumnya. Dari penjelasan tersebut, maka jenis penelitian yang dipilih akan digunakan untuk menjelaskan, menguji, hubungan antar variabel atau pengaruh dari Kualitas Produk (X1), Daya Tarik Iklan (X2), Potongan Harga (X3) terhadap minat beli konsumen (Y) di Pizza Hut Kota Malang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana sajakah yang mempunyai pengaruh pada Minat beli. Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah variabel Kualitas

Produk (X1), Daya Tarik Iklan (X2), Potongan Harga (X3) sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah Minat Beli (Y).

Berdasarkan pada penghitungan analisis regresi linier berganda, dapat diketahui :

1. Kualitas Produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat beli pada Pizza Hut di Kota Malang, jadi apabila Kualitas Produk mengalami peningkatan, maka minat beli pada produk Pizza Hut di Kota Malang juga akan meningkat.
2. Daya Tarik Iklan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat beli pada produk Pizza Hut di Kota Malang, jadi apabila Daya Tarik Iklan mengalami peningkatan, maka minat beli pada Pizza Hut di Kota Malang juga akan meningkat.
3. Potongan Harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat beli pada produk Pizza Hut di Kota Malang, jadi apabila Potongan Harga mengalami peningkatan, maka minat beli pada Pizza Hut di Kota Malang juga akan meningkat.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan mutu dari Potongan Harga, karena variabel Potongan Harga mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi Minat beli, diantaranya yaitu dengan memberikan promo atau adanya promosi sehingga Minat beli akan meningkat.

2. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi Minat belidiharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel- variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.