

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sari Roti

Jumawan¹, Amelia Seli Febrianti², Bagus Naufal Putra Shawa³, Julia Veronika⁴, Roganda Andreas⁵, Siti Rahmah Nur Hasanah⁶

Fakultas Ekonmi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya – Bekasi

Email : jumawan@dsn.ubharajaya.ac.id¹, ameliaselif@gmail.com², bagusnaufal698@gmail.com³, juliaveronika99@gmail.com⁴, rogandaandreas219@gmail.com⁵, sitirahmah30@gmail.com⁶

Abstrak

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat konsumen dalam membeli produk sari roti. Studi ini dengan menggunakan metode kualitatif dan survei dari penelitian terdahulu dengan pengumpulan data yang berkaitan langsung dengan minat beli konsumen. Hasil penelitian ini mengungkapkan hasil yang signifikan antara kualitas dan harga terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pengaruh kualitas harga dan produk terhadap daya Tarik konsumen sari roti. Sehingga, adanya penelitian ini dapat dijadikan contoh referensi terhadap minat dan beli konsumen sari roti.

Kata kunci : Harga, Kualitas produk, Minat beli

Abstrack

The purpose of this study is to determine the effect of product quality and price on consumer interest in buying bread essence products. This study uses qualitative and survey methods from previous research by collecting data directly related to consumer buying interest. The results of this study reveal significant results between quality and price on consumer buying interest. This research is motivated by the influence of price and product quality on the attractiveness of bread cider consumers. So, this research can be used as an example of reference to the interest and purchase of bread sari consumers.

Keyword: Price, Product quality, Purchase intention

Article Info

Received date: 05 May 2024

Revised date: 15 May 2024

Accepted date: 22 May 2024

PENDAHULUAN

Meningkatnya aktivitas dan kesibukan masyarakat, pola konsumsi mereka telah mengalami perubahan, terutama dalam preferensi memilih produk makanan yang praktis dan siap saji untuk mengoptimalkan waktu. Roti menjadi solusi utama sebagai makanan cepat saji yang mudah ditemukan dan dikonsumsi di mana pun, menggantikan pilihan makanan nasi atau mie instan yang membutuhkan waktu dalam memprosesnya. Situasi ini memberikan peluang bagi perusahaan untuk mengembangkan produk roti berkualitas tinggi yang memenuhi kebutuhan konsumen, dalam persaingan bisnis makanan cepat saji yang semakin ketat, Perusahaan berusaha untuk membangkitkan minat konsumen berdasarkan beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen adalah kualitas produk dan harga produk tersebut.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016; 97), kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Kualitas produk mempengaruhi kekuatan pengambilan keputusan konsumen pada saat mereka mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Konsumen memilih produk dengan standar kualitas sesuai dengan preferensi dan kebutuhannya. Oleh karena itu, Perusahaan harus mampu merespons konsumen. Kualitas produk merupakan gabungan umum karakteristik barang dan jasa menurut pemasaran, yang menjadikan barang dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.

Selain memperhatikan kualitas produk, perusahaan juga mempertimbangkan harga produk yang akan dipasarkan. Harga menjadi salah satu pertimbangan utama dalam proses pengambilan minat beli konsumen yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai produk tersebut. Harga merupakan salah satu unsur penting dalam suatu bisnis, Dimana harga memungkinkan pelaku

usaha memperoleh pendapatan untuk keberlangsungan usahanya. Menurut Kotler dan Armstrong (2016; 78)

Harga merupakan alat yang dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh pelanggan. keberhasilan pemasaran produk sangat bergantung keseimbangan antara harga dan kualitas produk, jika harga dan kualitas produk sesuai dengan harapan konsumen, maka akan meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk tersebut. sebaliknya, jika harga dan kualitas produk tidak sesuai, maka hal ini dapat menurunkan minat beli konsumen.

Minat beli konsumen mengacu pada minat atau keinginan konsumen untuk membeli suatu produk tertentu. Menurut Schiffman et.al.(2014), minat beli dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain persepsi konsumen terhadap kualitas produk, harga, penawaran dan preferensi pribadi.

Salah satu Perusahaan yang terkenal di industri pangan roti yaitu PT Nippon Indosari Corpindo Tbk dengan produk mereka yang Bernama “Sari Roti”. PT Nippon Indosari Corpindo memproduksi roti kemasan yang siap saji dan siap dimakan setiap saat dengan berbagai macam rasa varian dan jenis bahan baku halal, berkualitas dan aman untuk dikonsumsi masyarakat. Sari Roti mempunyai banyak varian produk seperti roti tawar, roti manis, dorayaki, sandwich dan masih banyak lagi. Sari Roti Company juga memperhatikan pada segi kemasan produk, dengan menggunakan kemasan yang bagus dan modern dapat menarik konsumen untuk membeli produk sari roti dan PT Nippon Indosari Corpindo selalu mencantumkan tanggal kadaluarsa pada kemasannya

PT Nippon Indosari Corpindo mengoperasikan 14 pabrik yang berlokasi strategi dengan distribusi lebih dari 78.000 titik penjualan di seluruh Indonesia salah satu pabriknya berada di Kawasan Industri MM2100 di Cikarang, Bekasi, Jawa Barat, Sejak tahun 2010 mencatatkan sahamnya di bursa efek Indonesia dengan kode “Emiten Roti”, Penyaluran sari roti tidak terlepas dari penjualannya melalui jaringan minimarket berupa warung-warung kecil, minimarket, dan supermarket.

Tabel 1 *Top Brand Index Roti Tawar*

Nama Merek	TBI 2022	TBI 2023
Holland Bakery	5.10%	6.80%
Lauw	1.30%	3.30%
Mako	-	10.50%
Sari Roti	65.20%	57.50%

Sumber : https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand

Dari hasil pengamatan yang bisa kita lihat di atas, terlihat jelas bahwasanya produk Sari Roti pada tahun 2023 yang paling menjadi market paling utama, walaupun persentase Top Brand Index Sari Roti mengalami penurunan 65.20% ke 57.50% saat tahun 2023. Berbeda dengan Holland Bakery yang mengalami kenaikan persentase dari 5.10% menjadi 6.80% pada tahun 2023. Penurunan *Top Brand Index* pada sari roti terjadi di karenakan konsumen sudah mulai bosan terhadap produk yang dianggap unggul, sehingga mendorong konsumen untuk mencoba produk lain yang menawarkan kualitas yang berbeda. Tetapi perusahaan terus berusaha dalam mempertahankan produknya agar tetap unggul diantara para pesaingnya dengan cara menawarkan produk berkualitas baik dengan harga terjangkau sehingga konsumen tetap membeli sari roti dibandingkan roti yang lain.

METODE PENELITIAN

Teknik pada penelitian ini menggunakan teknik literatur review atau studi pustaka, Sumber data yang diperoleh berasal dari karya ilmiah seperti tesis, jurnal, artikel, skripsi atau dokumen-dokumen dan lain-lain yang mendukung memperbanyak keilmuan sesuai dengan tema penelitian.

Metode ini dianggap relevan dan sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu untuk melihat Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sari Roti, Sehingga para peneliti berkeyakinan bahwa menggunakan metode penelitian kualitatif dianggap sangat relevan.

Table 1. Tabel Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul Jurnal	Hasil Penelitian
1	Mita Ananda Fairuz, Siti Nurjanah	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli	Menunjukkan citra merek suatu produk berpengaruh besar terhadap daya minat beli seorang konsumen, Demikian

	(2022)	Konsumen Produk Sari Roti	juga dengan harga merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.
2	Krisna Adi Wibowo & Bulan Prabawani (2021)	Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Jingle Iklan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Sari Roti di Semarang)	Variable citra merek, kualitas produk, dan jingle iklan berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian produk sari roti. Disini juga di jelaskan bahwa peneliti menyarankan menambahkan Alamat layanan atau email pada kemasan produk sari roti.
3	Ummi Rahmawati, Surya Bintarti, Ergo Nurpatria Kurniawan (2023)	Nilai yang Dirasakan dan Harga terhadap Niat Pembelian Kembali dengan Mediasi Kepuasan Konsumen Sari Roti dan Moderasi Personal Selling	Personal selling berperan dalam memperkuat minat beli si konsumen untuk membeli produk sari roti itu Kembali, Konsumen akan memiliki Tingkat kepuasan yang tinggi pada produk sari roti sehingga tidak dapat memperkuat hubungan terhadap niat pembelian konsumen produk sari roti.
4	Alika Sylviyana, Nurayla Arnas Nasution, Yesi Dewita Sari, Wawan Hari Subagyo (2023)	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti di Wilayah Pabuaran Cibinong	Berdasarkan hasil uji t (parsial) yang telah dilakukan terlihat bahwa variable produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen produk sari roti pada Kelurahan Pabuaran, Cibinong, Begitupun juga dengan variabel harga juga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen produk sari roti.
5	Ivan Agus Saputra Agrista 8 (3), (2020)	Analisis Pengaruh Ekuitas Merek dan Citizen Brand terhadap Keputusan Pembelian Pada Sari Roti di Indomaret Kota Surakarta	Menunjukkan bahwa kesadaran merk, Lolaitas merk, Preseps kualitas, Asosiasi merk, dan Citizen brand sangat berpengaruh pada Keputusan pembelian produk sari roti secara parsial maupun individu namun tidak ada pengaruh pada persepsi kualitas pada Keputusan pembelian produk sari roti.
6	Zida Ni'matu Sholehah Iain Kediri, (2020)	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Sari Roti (Studi Kasus Pada Indomaret RA. Kartini Tanjunganom Kabupaten Nganjuk)	Kualitas produk adalah suatu kemampuan produk untuk memberikan hasil yang sesuai atau kinerja yang bisa memenuhi harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang terjadi setelah konsumen membandingkan hasil produk terhadap kinerja yang diinginkan. Tujuan yang dilakukan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui kualitas produk sari roti terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret RA Kartini Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk.

7	Muhammad Haris Saputra, Agus Dwi Anggara, Aldo Saputra, Alsa Delya, (2024)	Pengaruh harga, Kualitas, Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Roti Merek Sari Roti di Kota Jambi	Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh dari Kualitas produk, Citra merek dan harga terhadap Keputusan pembelian produk sari roti merek sari roti pada kota Jambi.
8	Rizki Rizki , (2022)	Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Roti Sari Roti (Studi Kasus pada Minimarket di Kecamatan Kalidoni Palembang)	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas dan citra produk pada keputusan pembelian produk Sari Roti Sari. Sampel penelitian ini terdiri dari pembeli roti dan konsumen kota Palembang yang membeli produk Sari Roti Sari.

HASIL PEMBAHASAN

Kualitas Produk Dan Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Sari Roti

Kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap produk esensial roti. Kualitas produk yang baik dan harga yang bernilai meningkatkan minat beli konsumen, sedangkan kualitas produk yang buruk dan harga yang terlalu tinggi dapat menurunkan minat beli konsumen. Kedua faktor ini merupakan faktor kunci yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hal ini disebabkan karena konsumen cenderung membeli produk yang berkualitas tinggi. Kualitas produk juga mempengaruhi keputusan pembelian, jika konsumen berniat membeli suatu produk maka ia memilih produk yang sesuai dengan kebutuhannya dari segi kualitas. Konsumen juga sangat memperhatikan kualitas produk yang dibelinya, apakah produk tersebut berkualitas baik dan aman dikonsumsi, atau bahan yang digunakan mengandung bahan kimia atau tidak (Agus Budi Purwanto, 2021)

Bagaimana kualitas produk dan harga dapat berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen produk sari roti

Harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli, dimana harga yang ditawarkan oleh Perusahaan Sari Roti dapat menghasilkan minat beli yang tinggi. Pengaruh harga yang signifikan terhadap minat beli konsumen pada Sari-roti menunjukkan bahwa setiap kenaikan harga akan meningkatkan keputusan konsumen terhadap produk Sari-roti. karena bagi konsumen harga merupakan dimensi yang penting dalam keputusan pembelian karena barang yang berkualitas harus memiliki harga yang bersaing pula. Artinya bagi konsumen harga menjadi pertimbangan mereka dalam menentukan dan memutuskan untuk membeli produk sari roti yang ditawarkan. kapasitas dan kualitas atau tidak dalam menghadapi persaingan antar perusahaan sejenis. Penentuan harga juga menjadi dasar dan pedoman bagi perusahaan untuk menarik konsumen dalam skala besar, meningkatkan penjualan dan juga mempertahankan pangsa pasar. Berdasarkan hasil penelitian dapat dinyatakan bahwa harga produk yang ditawarkan oleh Sari Roti sudah sesuai dengan kualitas produk.

Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen produk sari roti secara langsung dan tidak langsung

Pengaruh langsung Kualitas dan harga produk juga berpengaruh langsung terhadap minat beli konsumen. Kualitas produk yang baik dapat meningkatkan citra positif konsumen terhadap produk sehingga meningkatkan keinginan mereka untuk membeli produk tersebut. Penetapan harga yang kompetitif dapat meningkatkan kesadaran konsumen bahwa produk tersebut memiliki harga yang terjangkau dan dapat memenuhi kebutuhannya sehingga meningkatkan keinginan mereka untuk membeli produk tersebut.

Selama sintesis ini, kualitas produk dan harga secara langsung dan tidak langsung mempengaruhi minat konsumen terhadap produk Sari Roti. Kualitas produk yang baik dapat meningkatkan citra positif konsumen terhadap produk, meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek, dan

meningkatkan kesadaran konsumen akan keunggulan manfaat dan keamanan produk. Penetapan harga yang kompetitif dapat meningkatkan kesadaran konsumen bahwa produk tersebut memiliki harga yang terjangkau dan dapat memenuhi kebutuhannya sehingga meningkatkan keinginan mereka untuk membeli produk tersebut.

Seberapa besar pengaruh kualitas dan harga produk terhadap minat beli konsumen secara tidak langsung. Kualitas produk yang baik dapat meningkatkan kesadaran konsumen bahwa produk tersebut memiliki manfaat dan keamanan yang lebih baik sehingga meningkatkan kepercayaan mereka terhadap merek. Penetapan harga yang kompetitif dapat meningkatkan kesadaran konsumen bahwa produk tersebut bernilai baik dan memenuhi kebutuhan mereka. Kualitas produk dan harga yang baik juga dapat meningkatkan kesadaran konsumen bahwa produk tersebut mempunyai reputasi yang baik dan dapat memuaskan kebutuhannya secara efektif.

SIMPULAN

Kualitas produk yang baik dan harga yang terjangkau akan meningkatkan minat beli konsumen, sedangkan kualitas produk yang buruk dan harga yang mahal dapat menurunkan minat konsumen. Kedua faktor tersebut merupakan kunci dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen karena konsumen pada umumnya lebih memilih produk dengan kualitas yang baik. Secara keseluruhan, kualitas produk dan harga memiliki pengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap minat beli konsumen terhadap produk Sari Roti. Kualitas produk yang baik meningkatkan kesan positif di kalangan konsumen, meningkatkan kepercayaan mereka terhadap merek, dan meningkatkan kesadaran bahwa produk tersebut memiliki keunggulan dan keamanan yang lebih besar. Harga yang kompetitif meningkatkan kesadaran konsumen akan nilai produk yang baik dan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan mereka, sehingga meningkatkan keinginan mereka untuk membeli produk tersebut.

SARAN

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang diambil dari temuan penelitian, maka peneliti bertujuan untuk memberikan beberapa saran atau masukan yang dapat bermanfaat bagi perusahaan dan peneliti lainnya. Dan kesimpulannya adalah

1. Produk Sari Roti perlu direkomendasikan untuk menetapkan harga yang menyesuaikan. Permintaan konsumen sehingga konsumen akan puas apabila menggunakan produk Sari Roti semakin puas.
2. Dari segi kualitas produk, produk Sari Roti disarankan untuk menjaga kualitas bahan baku yang sangat baik, dimana tidak menggunakan bahan pengawet untuk menjaga kualitas produk yang bersih dan sehat.

REFERENSI

- Fairuz, M. A., & Nurjanah, S. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Sari Roti. *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis Dan Teknologi*, 8(4), 4442-4466.
- Wibowo, K. A., & Prabawani, B. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Jingle Iklan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Sari Roti Di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 713-725.
- Rahmawati, U., Bintarti, S., & Kurniawan, E. N. (2023). Nilai Yang Dirasakan Dan Harga Terhadap Niat Pembelian Kembali Dengan Mediasi Kepuasan Konsumen Sari Roti Dan Moderasi Personal Selling. *Journal On Education*, 5(4), 16834-16850.
- Tyantoro, A. S., Nasution, N. A., Sari, Y. D., & Subagyo, W. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Di Wilayah Kelurahan Pabuaran Cibirong. *Jurismata*, 5(1), 13-24.
- Saputra, I. A. (2020). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Dan Citizen Brand Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sari Roti Di Indomaret Kota Surakarta. *Agrista*, 8(3).
- Sholehah, Z. N. M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Sari Roti (Studi Kasus Pada Indomaret RA. Kartini Tanjunganom Kabupaten Nganjuk) (Doctoral Dissertation, IAIN KEDIRI).

- Saputra, M. H., Anggara, A. D., Saputra, A., & Delya, A. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Roti Merek Sari Roti Di Kota Jambi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 3(1), 311-322.
- Suherman, A., & Arifin, A. L. (2022). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Perilaku Konsumen Produk Sari Roti Pada Minimarket Indomaret Cabang Bogor 2. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 472-478.
- Rizki, R. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Roti Sari Roti (Studi Kasus Pada Minimarket Di Kecamatan Kalidoni Palembang). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Roti Sari Roti (Studi Kasus Pada Minimarket Di Kecamatan Kalidoni Palembang).
- Mulyadi, S. W., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Roti Tawar Sari Roti (Studi Pada Roti Tawar Sari Roti Di Kota Semarang)/90/Bisnis/2020 (Doctoral Dissertation, Faculty Of Social And Political Science).