



**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**PROGRAM STUDI ADMINISTASI BISNIS PROGRAM SARJANA**

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT No. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI**  
**KONSUMEN DI MUTU LOKA BANDUNG**

**SKRIPSI**

Oleh

**IRGI LUTHFI ALGHANI**

**6081901126**

**Bandung**

**2023**



**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS PROGRAM SARJANA**

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT No. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI**  
**KONSUMEN DI MUTU LOKA BANDUNG**

**SKRIPSI**

Oleh

**IRGI LUTHFI ALGHANI**

**6081901126**

Pembimbing

Adrianus Tirta, S.E., M.M

**Bandung**

**2023**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Irgi Luthfi Alghani  
Nomor Pokok : 6081901126  
Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen di Mutu Loka Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Jumat, 26 Januari 2024  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**  
**Ketua sidang merangkap anggota**  
Dr. Daniel Karim, S.IP., MM.

:   
\_\_\_\_\_

**Sekretaris**  
Adrianus Tirta, S.E., M.M.

:   
\_\_\_\_\_

**Anggota**  
Marihhot Tua Efendi Hariandja, Drs., M. Si.

:   
\_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Pj. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

## DAFTAR PERBAIKAN NASKAH SKRIPSI

Nama : Irgi Luthfi Alghani  
Nomor Pokok Mahasiswa : 6081901126  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Pembimbing : Adrianus Tirta, S.E., M.M. (20190319) Pembimbing Tunggal  
Hari dan tanggal ujian skripsi : Jumat tanggal 26 January 2024  
Judul (Bahasa Indonesia) : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli di Mutu Loka Bandung  
Judul (Bahasa Inggris) : The Influence of Product Quality and Price on Purchase Intention at Mutu Loka Bandung

1. Perbaiki Judul Skripsi menjadi (**Judul harus ditulis lengkap menggunakan huruf besar kecil/Title Case**)

Judul (Bahasa Indonesia)

Judul (Bahasa Inggris)

2. Perbaiki Umum (meliputi : cara merujuk, daftar pustaka, teknis editing) :

3. Perbaiki di Bab 1

4. Perbaiki di Bab 2

5. Perbaiki di Bab 3

6. Perbaiki di Bab 4

7. Perbaiki di Bab 5

**DOKUMEN INI TIDAK PERLU DITANDATANGANI LAGI**

Bandung, 26 January 2024

Ketua Program Studi,

kaprodi\_iab.fisip@unpar.ac.id

2/8/2024 9:36:45

Shelvi, S.AB., M.M.

Penguji,

daniel.karim@unpar.ac.id

1/26/2024 9:39:18

Dr. Daniel Karim, S.IP., MM.

Penguji (Pembimbing),

adrianus.tirta@unpar.ac.id

2/8/2024 9:23:48

Adrianus Tirta, S.E., M.M.

Penguji,

marihot@unpar.ac.id

1/26/2024 9:58:16

Marihot Tua Efendi Hariandja, Drs., M.Si.

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Irgi Luthfi Alghani

NPM : 6081901126

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh Kualitas produk dan Harga Terhadap Minat Beli  
di Mutu Loka Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 4 Januari 2024



Irgi Luthfi Alghani

## ABSTRAK

Nama : Irgi Luthfi Alghani  
NPM : 6081901126  
Judul : Pengaruh Kualitas produk Dan Harga Terhadap Minat Beli  
Konsumen Di Mutu Loka Bandung

---

---

Jawa Barat yang berada di posisi ke-2 dengan total 1.414 sebagai provinsi yang mengalami perkembangan industri kuliner dimana di kota Bandung sendiri di tahun 2023 terdapat 593 kedai kopi yang salah satunya adalah Mutu Loka Bandung. Mutu Loka terletak di Jalan Cilaki Nomor 33, Bandung, lokasinya sangat strategis untuk ditemukan. Menu yang disuguhkan oleh Mutu Loka juga sangat bervariasi, mulai dari menu makanan untuk sarapan, makanan berat, dan makanan ringan, dan tentunya menu minuman yang ditawarkan sangat bervariasi. Mutu Loka dalam melakukan promosinya menggunakan media sosial, yakni menggunakan iklan melalui platform Instagram, dan melakukan postingan rutin di akun Instagram bisnis milik Mutu Loka. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh Kualitas produk dan harga terhadap minat beli di Mutu Loka Bandung.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana Populasinya merupakan konsumen di Mutu Loka Bandung. Sampel penelitian ini menggunakan teknik purposif sampling dengan jumlah 100 responden. Data didapatkan melalui Kuesioner dan Dokumentasi dan pengujian yang dilakukan meliputi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen. Uji Asumsi Klasik berupa uji normalitas, heteroskedastisitas dan multikolinieritas. Data yang sudah memenuhi pengujian sebelumnya dilanjutkan ke uji regresi linier berganda meliputi uji parsial, uji simultan dan koefisiensi determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh terhadap Minat beli konsumen di Mutu Loka Bandung. Ketika Kualitas produk meningkat maka Minat beli konsumen di Mutu Loka Bandung akan sesuai. Harga berpengaruh terhadap Minat beli konsumen di Mutu Loka Bandung. Ketika Harga sesuai maka Minat beli konsumen di Mutu Loka Bandung akan meningkat.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Minat beli**

## ABSTRACT

Name : Irgi Luthfi Alghani

NPM : 6081901126

Title : The Influence of Product Quality and Price on Consumers Purchase Intention  
at Mutu Loka Bandung

---

---

West Java is in 2nd position with a total of 1,414 as a province experiencing development in the culinary industry, where in the city of Bandung itself in 2023 there will be 593 coffee shops, one of which is Mutu Loka Bandung. Mutu Loka is located on Jalan Cilaki Number 33, Bandung, a very strategic location to find. The menu served by Mutu Loka is also very varied, starting from food menus for breakfast, heavy meals and snacks, and of course the drink menu offered is very varied. Mutu Loka in carrying out its promotions uses social media, namely using advertisements via the Instagram platform, and posting regularly on Mutu Loka's business Instagram account. The aim of this research is to determine the influence of Kualitas produk and harga on minat beli at Mutu Loka Bandung.

This research is a quantitative research where the population is consumers at Mutu Loka Bandung. This research sample used a purposive sampling technique with a total of 100 respondents. Data was obtained through Questionnaires and Documentation and tests carried out included Instrument Validity and Reliability Tests. The Classic Assumption Test consists of normality, heteroscedasticity and multicollinearity tests. Data that has met the previous test is continued to multiple linear regression tests including partial tests, simultaneous tests and coefficient of determination.

The results of this research show that Kualitas produk influences Minat beli konsumen at Mutu Loka Bandung. When Kualitas produk increases, Minat beli konsumen at Mutu Loka Bandung will increase. Harga influences Minat beli konsumen at Mutu Loka Bandung. When hargas increase, Minat beli konsumen at Mutu Loka Bandung will increase.

**Keywords: Product Quality, Price , Purchase Intention**

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyusun dan membuat penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen di Mutu Loka Bandung” dengan lancar dan tepat waktu. Tujuan dari penelitian skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat kelulusan mahasiswa untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Strata I, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Dalam menyusun dan membuat penelitian ini, banyak hal-hal yang terjadi. Tetapi, dari segala hal-hal yang terjadi tersebut, penelitian ini dapat diselesaikan berkat motivasi, kritikan, serta dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan motivasi, kritikan, serta dukungan selama ini kepada:

1. Orang tua yang telah mendampingi dan memberikan motivasi serta doa selama saya melakukan penulisan skripsi ini.
2. Bapak Adrianus Tirta, S.E, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran yang dengan sangat sabar membimbing dalam melakukan penulisan skripsi ini sampai selesai.
3. Bapak Adrianus Tirta, S.E, M.M. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
4. Seluruh dosen pengajar di Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan ilmu dan pengalaman selama perkuliahan berlangsung..
5. Nadia Salsabila Budiman yang telah memberikan motivasi, dukungan, serta kesabarannya dalam menghadapi penulis.
6. Mochammad Fadhila Hylmi, Muhammad Dwiky, Calvin Imanda, Muhammad Dava, selaku teman seperjuangan di Universitas Katolik Parahyangan.
7. Sahabat-sahabat dan teman-teman lainnya selama di perkuliahan. Terima kasih atas motivasi dan dukungannya agar penulis semangat dalam melakukan penulisan skripsi ini.



Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Maka dari itu, kritik dan saran mengenai penulisan skripsi ini akan diterima dengan senang hati. Dengan ini, penulis ucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dengan menambah wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca atau pihak yang membutuhkan.

Bandung, 4 Januari 2024

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, cursive letters that appear to read 'Irgi Luthfi Alghani'.

Irgi Luthfi Alghani

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Identifikasi Masalah</b> .....	<b>8</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>8</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>9</b>
<b>1.5 Objek Penelitian</b> .....	<b>10</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
<b>2.1 Produk</b> .....	<b>13</b>
2.1.1 Tingkatan Produk ( <i>Product Level</i> ) .....	13
2.1.2 Klasifikasi Produk ( <i>Product Classifications</i> ) .....	14
<b>2.2 Kualitas produk</b> .....	<b>17</b>
2.2.1 Pengertian Kualitas produk .....	17
2.2.2 Manfaat Kualitas produk.....	18
2.2.3 Dimensi Kualitas produk.....	19
<b>2.3 Harga</b> .....	<b>23</b>
2.3.1 Pengertian .....	23
2.3.2 Manfaat Harga .....	24
2.3.3 Dimensi Harga .....	24
<b>2.4 Perilaku Konsumen</b> .....	<b>25</b>
2.4.1 Faktor Perilaku Konsumen.....	25
<b>2.5 Minat Beli</b> .....	<b>31</b>

2.5.1 Dimensi Minat Beli .....	31
<b>2.6 Tabel Matriks Penelitian .....</b>	<b>32</b>
<b>2.7 Metode Penelitian.....</b>	<b>38</b>
<b>2.8 Jenis Penelitian.....</b>	<b>38</b>
<b>2.9 Model Penelitian.....</b>	<b>39</b>
<b>2.10 Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>39</b>
2.10.1 Skala Pengukuran.....	40
<b>2.11 Populasi dan Sampel.....</b>	<b>41</b>
2.11.1 Populasi.....	41
2.11.2 Sampel .....	41
<b>2.12 Variabel Penelitian.....</b>	<b>42</b>
<b>2.13 Operasional Variabel.....</b>	<b>43</b>
<b>2.14 Teknik Analisis Data.....</b>	<b>44</b>
2.14.1 Uji Validitas .....	45
2.14.2 Uji Reliabilitas .....	46
2.14.3 Uji Normalitas.....	46
2.14.4 Uji Heteroskedastisitas.....	47
<b>2.15 Analisis Data Regresi Linear Berganda.....</b>	<b>47</b>
<b>2.16 Uji Hipotesis Model Regresi .....</b>	<b>48</b>
2.16.1 Uji Signifikansi Model Regresi (Uji F) .....	48
2.16.2 Uji Parsial (Uji t).....	49
<b>2.17 Analisis Koefisien Determinasi.....</b>	<b>49</b>
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
<b>3.1 Hasil.....</b>	<b>51</b>
3.1.1 Profil Responden.....	51
3.1.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif .....	53
3.1.2.1 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Kualitas produk .....	54
3.1.2.2 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Harga.....	60
3.1.2.3 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Minat beli .....	66
3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	72
3.1.3 Hasil Uji Normalitas .....	73
3.1.4 Hasil Uji Heterosledastisitas .....	74
3.1.5 Hasil Uji Multikolinieritas.....	75

3.1.6 Hasil Uji Hipotesis .....	76
<b>3.1.6.1 Hasil Uji Parsial .....</b>	<b>76</b>
3.1.7 Hasil Uji Simultan .....	77
3.1.8 Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda.....	78
3.1.9 Hasil Koefisiensi Determinasi .....	80
<b>3.2 Pembahasan .....</b>	<b>80</b>
3.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat beli konsumen di Mutu Loka Bandung.....	80
3.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Minat beli konsumen di Mutu Loka Bandung .....	83
<b>3.3 Temuan .....</b>	<b>84</b>
<b>BAB 4 PENUTUP .....</b>	<b>86</b>
<b>4.1 Kesimpulan .....</b>	<b>86</b>
<b>4.2 Rekomendasi.....</b>	<b>86</b>
<b>4.3 Implikasi .....</b>	<b>87</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>89</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>91</b>
Lampiran 1: Instrumen Penelitian .....	91
Lampiran 2: Tabulasi Data .....	93
Lampiran 3: Hasil Pengujian .....	109

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Olah Data oleh Peneliti Mengenai Jumlah Café, Restoran dan Kedai Kopi di Kota Bandung.....	3
Tabel 2.1 Tabel Matriks Penelitian .....	32
Tabel 2.2 Skala Pengukuran .....	40
Tabel 2.3 Operasional Variabel .....	43
Tabel 3.1 Usia Responden .....	51
Tabel 3.2 Pekerjaan Responden.....	52
Tabel 3.3 Penghasilan Responden .....	53
Tabel 3.4 Kategorisasi Rentang .....	54
Tabel 3.5 Tanggapan Butir 1 .....	55

Tabel 3.6	Tanggapan Butir 2.....	55
Tabel 3.7	Tanggapan Butir 3.....	56
Tabel 3.8	Tanggapan Butir 4.....	57
Tabel 3.9	Tanggapan Butir 5.....	57
Tabel 3.10	Tanggapan Butir 6.....	58
Tabel 3.11	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kualitas produk.....	59
Tabel 3.12	Tanggapan Butir 1 .....	61
Tabel 3.13	Tanggapan Butir 2 .....	61
Tabel 3.14	Tanggapan Butir 3 .....	62
Tabel 3.15	Tanggapan Butir 4 .....	63
Tabel 3.16	Tanggapan Butir 5.....	64
Tabel 3.17	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Harga .....	64
Tabel 3.18	Tanggapan Butir 1.....	66
Tabel 3.19	Tanggapan Butir 2.....	67
Tabel 3.20	Tanggapan Butir 3.....	68
Tabel 3.21	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli .....	69
Tabel 3.22	Hasil Uji Validitas Kualitas produk .....	71
Tabel 3.23	Hasil Uji Validitas Harga.....	71
Tabel 3.24	Hasil Uji Validitas Minat beli .....	71
Tabel 3.25	Kriteria Nilai Kritis .....	72
Tabel 3.26	Hasil Uji Reliabilitas .....	73
Tabel 3.27	Hasil Uji Normalitas.....	74
Tabel 3.28	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	75
Tabel 3.29	Hasil Uji Multikolinieritas.....	75
Tabel 3.30	Hasil Uji Parsial.....	76
Tabel 3.31	Hasil Uji Simultan .....	78
Tabel 3.32	Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda .....	78
Tabel 3.33	Hasil Koefisiensi Determinasi.....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Usaha Kuliner Terbanyak di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Mutu Loka Bandung .....	10
Gambar 1.3 Menu Mutu Loka Bandung.....	11
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	39
Gambar 3.1 Garis Kontinu Variabel Kualitas produk.....	60
Gambar 3.2 Garis Kontinu Variabel Harga.....	66
Gambar 3.3 Garis Kontinu Variabel Minat beli .....	70

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Instrumen Penelitian .....	91
Lampiran 2: Tabulasi Data.....	93
Lampiran 3: Hasil Pengujian.....	109

## **BAB I**

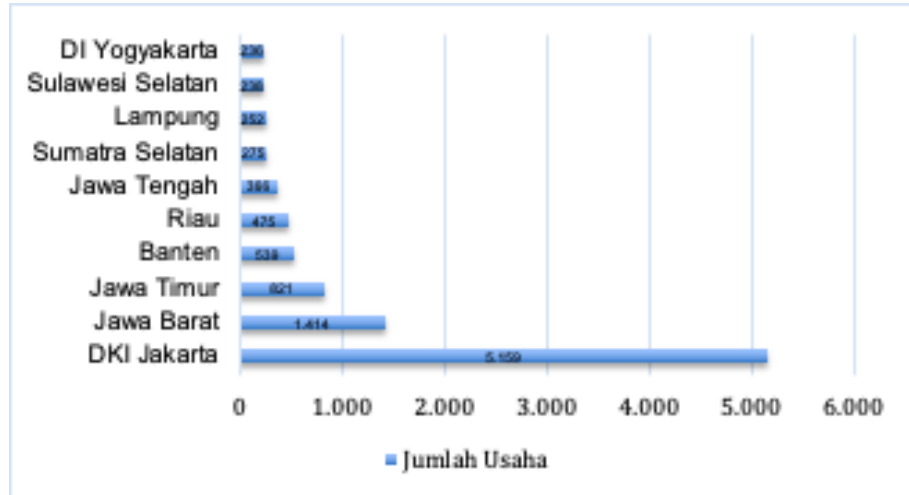
### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Saat ini perkembangan bisnis kuliner mengalami pertumbuhan yang signifikan, hal ini didukung karena adanya perkembangan zaman, globalisasi dan pertumbuhan perekonomian. Bisnis kuliner dan minuman kekinian menjadi tren, penjualan makanan dan minuman yang dijual secara daring juga menunjukkan tren yang terus berubah beberapa tahun terakhir (Mediana, 2022). Perkembangan bisnis kuliner di tahun 2022 mempunyai respon positif dan meningkat kembali setelah mengalami keredupan di masa pandemi, Bisnis terutama pada sektor industri kuliner sedang berkembang seiring dengan memulihkan kondisi ekonomi pasca pandemi COVID-19, Kementerian Perindustrian RI mencatat, di tahun 2022 terdapat kenaikan sebesar 3,68% pada segi pertumbuhan sektor industri restoran dan rumah makan. Angka tersebut meningkat dari tahun 2021 yang hanya sebesar 2,95%. Sementara data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI mencatat, kuliner merupakan sub sektor penyumbang terbesar dari Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif. Sub sektor kuliner menyumbang Rp 455,44 triliun atau sekitar 41 persen dari total PDB ekonomi kreatif sebesar Rp 1.134 triliun pada 2020 (CNBC, 2023).

Mengutip data dari Badan Pusat Statistik ((BPS), 2022) yang dirilis pada Juni 2022, terdapat sebanyak 11.223 usaha kuliner yang tersebar di seluruh Indonesia pada tahun 2020. Sebanyak 8.042 usaha (71,65 persen) di antaranya berupa restoran atau rumah makan, 269 usaha (2,40 persen) berupa katering, dan sisanya 2.912 usaha (25,95 persen) masuk dalam kategori lainnya. Terdapat 10 provinsi dengan usaha kuliner terbanyak di Indonesia sebagai berikut

**Gambar 1.1 Usaha Kuliner Terbanyak di Indonesia**



**Sumber : Badan Pusat Statistik**

Terlihat dari data diatas bahwa DKI Jakarta dan Jawa Barat merupakan dua kota yang memiliki usaha kuliner terbanyak di Indonesia, DKI Jakarta menduduki peringkat pertama provinsi dengan jumlah usaha kuliner terbanyak di Indonesia dengan total 5.159, disusul dengan Jawa Barat yang berada di posisi ke-2 dengan total 1.414. Perkembangan dalam industri kuliner telah terjadi di kota-kota besar di Indonesia, salah satunya di Jawa Barat, Kota Bandung. Mengutip data yang dilansir dari Open Data Jabar di Kota Bandung dan Pemda Kota Bandung, (Jabar, 2022) terdapat jumlah usaha café, restoran dan kedai kopi yang ditunjukkan pada tabel berikut :

Tahun	Jumlah
2020	524
2021	791
2022	649



2023	593
------	-----

**Tabel 1.1 Hasil Olah Data oleh Peneliti Mengenai Jumlah Café, Restoran dan Kedai Kopi di Kota Bandung**

Dari data yang terdapat di atas, terlihat pada saat covid-19 tahun 2020 jumlah café, restoran dan kedai kopi di Kota Bandung terdapat 524 unit, kemudian pada tahun 2021 saat ekonomi mulai membaik meningkat menjadi 791 unit, dan kemudian di tahun 2022 terdapat 649 unit, dan pada saat ini tahun 2023 terdapat 593 unit. Terlihat bahwa adanya penurunan jumlah di bidang industri kuliner ini, akan sangat disayangkan karena akan mempengaruhi peran dari sektor industri makanan dan minuman ini akan memberikan dampak signifikan terhadap industri pengolahan non migas maupun PDB nasional. Sebagai upaya menekan pengaruh pandemic covid-19, pemerintah telah meluncurkan sebuah program yakni program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) dengan tujuan untuk melindungi, mempertahankan, dan meningkatkan kemampuan ekonomi para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya selama pandemi covid-19. Dengan pelaksanaan kebijakan tersebut, diharapkan kinerja industri makanan dan minuman dapat bertumbuh sekitar 7% hingga 9% dapat kembali gemilang (Perindustrian, 2022).

Data di atas menunjukkan bahwa semakin banyaknya bisnis di industri kuliner yang berkembang, khususnya café, restoran dan kedai kopi namun tidak semuanya mampu bertahan lama. Sebagian besar bisnis di industri kuliner juga dapat jatuh dan bangkrut karena beberapa faktor, antara lain faktor manajemen yang masih sederhana, kekurangan modal usaha dan hilangnya konsumen untuk mencari alternatif produsen lain, kemudian pada bidang pemasaran, kondisi paling sulit adalah mempertahankan

konsumen untuk selalu menggunakan produk dari penjual, atau sering disebut dengan loyalitas konsumen (Rachmawati, 2011). Dengan adanya konsumen, maka akan menimbulkan minat beli yang akan muncul dalam melakukan pembelian sehingga menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu kegiatan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada di dalam benaknya itu. Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan, sebagai produsen tentu harus memperhatikan minat beli konsumen, hal tersebut penting untuk untuk mengetahui keinginan konsumen yang tetap setia, sehingga konsumen akan merasa senang dan puas akan barang atau jasa yang telah dibelinya akan berpikir untuk membeli kembali barang atau jasa tersebut (Thamrin, 2013). Minat beli menurut Kotler dan Keller, minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian (Kotler & Armstrong, 2016).

Berkembangnya bisnis kuliner yang pesat ini memunculkan potensi bagi para pelaku usaha yang menganggap hal tersebut sebagai kesempatan yang baik dan menguntungkan untuk mendirikan sebuah bisnis kuliner seperti cafe dan restoran hingga kedai kopi di kota besar atau di kota yang banyak menjadi tujuan wisata. Perkembangan serta maraknya bisnis di industri kuliner yang pesat, maka konsumen akan dihadapkan pada banyak pilihan, oleh karena itu para pelaku usaha harus berlomba untuk menarik perhatian konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik, serta menawarkan menu yang beragam dan bervariasi, serta dituntut untuk melakukan strategi pemasaran dan pengembangan ide yang kreatif dan unik dalam upaya memenangkan persaingan agar dapat bertahan dalam pasar industri kuliner.

Sebagai pelaku usaha agar cafe dan restoran atau kedai kopi yang didirikan agar dapat menghadapi persaingan perusahaan maka harus memahami, dan memperhatikan kualitas produk yang dijual dan harga yang akan ditawarkan kepada konsumen. Konsumen akan memberikan penilaian tersendiri terhadap produk yang akan dipilih sebelum melakukan atau memutuskan suatu pembelian, oleh karena itu produsen atau pengusaha dibidang industri kuliner saat ini perlu memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan demi menunjang penjualan produk (Dita Putri Anggraeni, 2016). Menurut Kotler & Armstrong dan Keller dalam jurnal (Dita Putri Anggraeni, 2016) kualitas merupakan keseluruhan ciri dan sifat dari suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk dapat memuaskan kebutuhan yang diharapkan konsumen. Kualitas dapat terpenuhi apabila perusahaan tersebut dapat memberikan produk yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen bahkan produk tersebut dapat melebihi harapan konsumen. Perusahaan yang menawarkan kualitas produk yang baik akan menciptakan kesan yang baik dari konsumen, sehingga akan membawa dampak positif bagi perusahaan.

Kualitas produk merupakan karakteristik dari suatu produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan yang diharapkan konsumen, karena apabila perusahaan memberikan kualitas produk yang baik dan berkualitas maka perusahaan tersebut dapat menciptakan kepuasan konsumen, karena kualitas produk juga berkaitan dengan minat beli konsumen. Kualitas produk memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan minat beli konsumen dan mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap perusahaan. Loyalitas konsumen akan muncul ketika konsumen merasa puas terhadap kualitas produk yang ditawarkan perusahaan (Dita Putri Anggraeni, 2016).

Faktor lain yang mempengaruhi minat beli adalah harga, harga merupakan suatu ukuran bagi seseorang dalam melakukan pembelian. Setiap seseorang sebelum melakukan pembelian pasti terlebih dahulu mempertimbangkan harga, serta mutu yang tinggi dalam menentukan barang dan jasa tersebut (Siti Ainul Hidayah, 2019). Menurut Samsul Ramli dalam Jurnal (Siti Ainul Hidayah, 2019) memberikan pengertian dari harga, harga merupakan nilai relatif yang dimiliki oleh suatu produk. Faktor harga merupakan faktor yang diperhatikan, karena konsumen dalam melakukan pembelian pasti akan menyesuaikan harga terlebih dahulu dengan kemampuannya sendiri.

Kualitas produk dan harga mempengaruhi minat beli, karena jika konsumen telah memiliki sikap positif terhadap suatu produk atau merek yang ditawarkan oleh produsen, maka akan menimbulkan minat pembelian terhadap produk atau merek tersebut, sehingga konsumen akan melakukan pembelian ulang dan menjadi konsumen yang loyal (Nanda Bella Fidanty Shahnaz, 2016).

Salah satu café dan restoran yang juga merupakan kedai kopi yang dijadikan objek penelitian adalah Mutu Loka Bandung, karena peneliti tertarik melihat Mutu Loka yang dalam perkembangannya sebagai café yang baru berdiri di awal tahun 2022 namun tergolong telah berkembang dengan pesat. Mutu Loka terletak di Jalan Cilaki Nomor 33, Bandung, lokasinya sangat strategis untuk ditemukan. Menu yang disuguhkan oleh Mutu Loka juga sangat bervariasi, mulai dari menu makanan untuk sarapan, makanan berat, dan makanan ringan, dan tentunya menu minuman yang ditawarkan sangat bervariasi. Mutu Loka dalam melakukan promosinya menggunakan media sosial, yakni menggunakan iklan melalui platform Instagram, dan melakukan postingan rutin di akun Instagram bisnis milik Mutu Loka.

Mutu Loka sendiri yang bisa dikatakan baru dalam melakukan usahanya, namun pada saat ini telah mengalami pertumbuhan dalam usahanya, berdasarkan transaksi pemesanan dari awal mula berdiri sampai dengan sekarang beserta dengan aplikasi pemesanan makanan melalui platform gojek dan grab telah mencapai 36.356 transaksi pemesanan. Pengunjung yang mengunjungi Mutu Loka rata-rata tiap harinya 110 orang pengunjung. Adanya peningkatan tersebut tentunya tidak terlepas dari kualitas produk yang dihasilkan Mutu Loka serta harga yang ditawarkan oleh Mutu Loka kepada konsumen, sehingga konsumen selalu melakukan minat beli berulang kepada Mutu Loka.

Selain kualitas produk, penetapan harga yang kompetitif dan terjangkau oleh daya beli segmen konsumen sasaran juga krusial bagi usaha baru seperti Mutu Loka. Harga yang terlalu tinggi berisiko menghambat minat beli konsumen yang ingin mencoba. Sementara harga terlalu rendah bisa berdampak negatif pada persepsi kualitas. Maka, menemukan harga point yang ideal sangat penting bagi kelangsungan usaha jangka panjang.

Berdasarkan data historis transaksi pemesanan, terlihat adanya peningkatan pesanan cukup signifikan dalam kurun waktu satu tahun terakhir sejak Mutu Loka beroperasi. Hal ini kemungkinan besar dikontribusikan oleh capaian positif Mutu Loka dalam hal kualitas produk dan penetapan harga yang *attractive*, sehingga minat beli konsumen terus meningkat dari waktu ke waktu. Sementara itu, variabel pemasaran lain seperti promosi, distribusi, proses, orang, bukti fisik, dan lainnya masih dalam proses pengembangan dan penyempurnaan mengingat usia Mutu Loka yang terbilang masih muda sebagai sebuah bisnis F&B. Oleh karena itu penelitian ini fokus untuk menganalisis dan membuktikan sejauh mana pengaruh kualitas produk dan penetapan harga terhadap minat beli ulang konsumen pada Mutu Loka.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Mengingat semakin bertumbuhnya perekonomian dan globalisasi, tidak menutup kemungkinan masih banyaknya pelaku bisnis yang juga mendirikan sebuah cafe, restoran atau kedai kopi di Kota Bandung, sehingga hal tersebut tidak menjadi jaminan bahwa semua orang mengetahui eksistensi dari Mutu Loka dan ingin tetap memilih Mutu Loka. Tentunya bagi Mutu Loka itu sendiri harus mempertahankan eksistensinya agar tetap dapat bersaing secara kompetitif dengan pelaku usaha lain yang bergerak di bidang yang serupa. Untuk dapat mempertahankan target marketnya dengan jangka waktu yang lama serta agar dapat meningkatkan penjualan, Mutu Loka harus memberikan kualitas produk yang baik dan harga yang dapat mempengaruhi minat beli para konsumen.

Maka dari itu, dari adanya latar belakang di atas mengindikasikan apakah dan bagaimanakah pengaruh kualitas produk dan harga mampu mempengaruhi minat beli di Mutu Loka Bandung. Peneliti mengidentifikasi permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut :

1. Apakah *Product Quality* Berpengaruh Terhadap *Purchase Intention* di Mutu Loka Bandung?
2. Apakah *Price* Berpengaruh Terhadap *Purchase Intention* di Mutu Loka Bandung?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan identifikasi masalah, maka dapat dirumuskan bahwa tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat beli di Mutu Loka Bandung.
2. Untuk menganalisis pengaruh Harga terhadap Minat beli di Mutu Loka Bandung.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun kegunaan dari hasil penelitian ini sebagai berikut :

##### **1. Secara Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan di kalangan akademik pada bidang manajemen pemasaran, khususnya dalam mempelajari pengaruh kualitas produk dan harga yang ditawarkan terhadap minat beli konsumen.

##### **2. Secara Praktis**

###### **a. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini berguna untuk memperoleh wawasan, ilmu serta menjadi sumber informasi untuk penerapan teori dalam bauran pemasaran khususnya pengaruh kualitas produk dan harga, serta dapat menjadi referensi bagi peneliti-peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan objek yang sama.

###### **b. Bagi Perusahaan atau Pelaku Usaha**

- 1) Membantu perusahaan untuk menganalisa dan mendalami mengenai kualitas produk yang akan mempengaruhi minat beli konsumen;
- 2) Membantu perusahaan untuk menganalisa dan mendalami mengenai harga yang harus ditawarkan yang akan mempengaruhi minat beli konsumen;
- 3) Membantu perusahaan untuk mengambil kebijakan serta menyusun strategi perencanaan terkait kualitas produk yang baik, dan harga yang dapat ditawarkan kepada konsumen;

- 4) Membantu perusahaan untuk mencari kelemahan dalam usahanya sehingga dari kelemahan tersebut dapat dianalisa untuk meningkatkan pemasaran serta meningkatkan penjualan pada perusahaan.

**c. Bagi Pihak Lain**

Hasil penelitian ini dapat berguna sebagai bahan referensi dan informasi bagi pihak lain yang ingin mengetahui dan mendalami mengenai kualitas produk dan harga yang dapat mempengaruhi minat beli terhadap konsumen.

### **1.5 Objek Penelitian**

Objek penelitian yang akan diteliti disini ialah café, resto dan kedai kopi yang Bernama Mutu Loka, yang terletak di Jalan Cilaki Bandung. Mutu Loka merupakan kafe, sekaligus resto dan kedai kopi yang kini sedang diminati oleh banyak kalangan anak muda di Bandung, karena banyak faktor mulai dari letak yang strategis, harga yang terjangkau dan tempat yang dapat digunakan untuk bersantai dan memiliki desain yang modern.

**Gambar 1.2 Mutu Loka Bandung (Tampak Depan)**



**Sumber : Dokumen Perusahaan**



### 1.5.1 Sejarah Perusahaan

Mutu Loka merupakan salah satu industri yang bergerak di bidang kuliner yang disebut sebagai kafe dan restoran. Mutu Loka berdiri pada pertengahan di tahun 2022 yang terletak di kota Bandung, tepatnya berada di Jl. Cilaki No. 33. Lokasi Mutu Loka tersebut terletak di tengah Kota Bandung, yang merupakan lokasi strategis. Mutu Loka menyediakan berbagai macam menu makanan dan minuman mulai dari yang menggunakan bahan dasar buah-buahan dan kopi. Untuk makanan, Mutu Loka juga menyediakan berbagai macam makanan dari mulai dari menu makanan untuk sarapan, cemilan hingga makanan berat.

### 1.5.2. Profil Perusahaan

Nama Perusahaan : Mutu Loka

Bidang Usaha : Kuliner atau Food and Beverage (F&B)

Jenis Produk/Jasa : Café and Coffee Shop

Alamat : Jl. Cilaki No.33, Kota Bandung

Jam Operasional : Senin s.d. Minggu : 08.00-22.00 WIB

### 1.5.3 Produk Mutu Loka

**Gambar 1.3 Menu yang Ditawarkan Oleh Mutu Loka**



**Sumber : Dokumen Perusahaan**

### **Dari Kiri ke Kanan : Minuman, *Breakfast Menu*, *Main Course Menu***

Menu yang disuguhkan oleh Mutu Loka untuk sarapan pagi seperti produk yang menggunakan roti dan telur, daging, buah dan salad misalnya *Avocado Toast*, *Breakfast Chicken Wrap*, *Chicken Caesar Salad*, dan sebagainya. Selain menu makanan pagi, Mutu Loka juga menyediakan makanan berat yang dibuat dari olahan daging dan nasi, dan juga pasta. Bagi konsumen yang hanya ingin makan makanan ringan atau cemilan, Mutu Loka juga menyediakan menu “*bites*” atau cemilan seperti *Gyoza*, *Bitterballen*, *French Fries* dan lain sebagainya. Tersedia juga hidangan penutup atau dessert seperti hidangan kue, cheese cake, panna cotta, dan lain sebagainya. Mutu Loka juga memiliki menu minuman yang bervariasi, mulai dari kopi, teh, minuman coklat dan menu pilihan yang diusung oleh Mutu Loka itu sendiri. Adapun beberapa menu makanan yang penjualannya sangat laris yakni *Beef Blackpepper*, *Chicken Mentaiko*, *Chicken Nanban Don*, dan menu makanan cemilan yang laris yakni Cimol *Cheesy Melt*, *Spicy Chicken Popcorn*, *Salt Pepper Tofu*, untuk menu minuman yang laris dipesan adalah Tiramutu, *Moonlight Lychee Tea*, *Sweet Pitaya Gum*.