



## **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Makanan Kekinian di Kota Banda Aceh**

**Yenny Novita<sup>1)</sup>, Safiah<sup>2\*)</sup>, Fadlan Hidayat<sup>3)</sup>, Anita Noviyanti<sup>4)</sup>**  
<sup>1,2)</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Yayasan Perguruan Haji Bakry, Banda Aceh  
<sup>3,4)</sup> Universitas Serambi Mekkah, Aceh, Indonesia

**Corresponding Author:**  
Email: safiah@gmail.com

### **Keywords:**

*Price, food, product, promotion, buyer*

### **How To Cite**

Novita, Y., Safiah, S., & Hidayat, F. (2024). Upaya Peningkatan Makanan Kekinian Melalui Kualitas Produk, Harga, dan Promosi. *Journal of Technology and Literacy in Education*, 3 (1): 53-60

### **Abstract**

Currently, many contemporary food products are emerging, including in Banda Aceh City, so this research was conducted to find out and analyze factors that can influence purchasing decisions for contemporary food in Banda Aceh City, including product quality, price and promotion. Data collection techniques were carried out through distributing questionnaires. Data were analyzed using multiple linear regression. The research results show that product quality and price simultaneously influence contemporary food purchasing behavior in Banda Aceh City. The application of product quality, price and promotion partially has a significant effect on satisfaction with purchasing contemporary food in the city of Banda Aceh. The correlation coefficient (R) value shows that the correlation or relationship between the dependent and independent variables is 80.6%. The determinant coefficient ( $R^2$ ) value of 0.650 means that product, price and promotion influence contemporary food purchasing behavior in Banda Aceh City by 65% and the remaining 35% is explained by other variables outside of this research, for example people still enjoy food at a traditional stall.

*Keywords: Price; food; product; promotion; buyer.*

### **Abstrak**

Saat ini banyak bermunculan produk makanan kekinian termasuk di Kota Banda Aceh, sehingga penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap makanan kekinian di Kota Banda Aceh yang meliputi kualitas produk, harga dan promosi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Data di analisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap perilaku pembelian makanan kekinian di Kota Banda Aceh. Penerapan Kualitas produk, harga, dan promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian makanan kekinian di Kota Banda Aceh. Nilai koefisien korelasi (R) menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel dependen dengan independent sebesar 80,6%. Nilai koefisien determinan ( $R^2$ ) sebesar 0,650 dapat diartikan bahwa produk, harga, dan promosi berpengaruh terhadap perilaku pembelian makanan kekinian di Kota Banda Aceh sebesar 65% dan sisanya sebesar 35% dijelaskan oleh variabel lain diluar dari pada penelitian ini, misalnya masyarakat masih menikmati makanan di warung tradisional.

*Kata kunci: Harga, makanan, produk, promosi, pembeli.*

## PENDAHULUAN

Makanan merupakan sebuah kebutuhan pokok makhluk hidup yang harus terpenuhi untuk bertahan hidup. Tingginya permintaan makanan halal di Kota Banda Aceh sesuai dengan jumlah penduduk Kota Banda Aceh Provinsi Aceh mayoritas muslim.

Sehingga kuliner menjadi hal yang selalu mulai dari makanan tradisional, modern maupun makanan hasil eksperimen sehingga muncul bisnis baru dibidang kuliner karena peluang yang tidak akan ada habisnya (Wahyuni & Mariah, 2022).

Hal ini ditandai dengan munculnya berbagai jenis makanan olahan kekinian yang menawarkan jenis produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing dalam pemasaran. Untuk mengatasi ketatnya persaingan dalam pemasaran produk tersebut maka salah satu upaya yang dilakukan oleh penjual adalah dengan menerapkan strategi baik dari segi kualitas, harga dan promosi.

Perubahan gaya hidup menjadi serba praktis dengan teknologi yang pesat membuat kita dapat mengkonsumsi makanan dengan cara praktis (Fitriyadi et al., 2023). Perkembangan teknologi yang sangat pesat terutama teknologi berbasis komputer dan informasi. Pelayanan semakin mudah, cepat dan praktis

dengan perkembangan teknologi (Arista & Firmansyah, 2022).

Menurut (Arabella et al., 2023), perkembangan teknologi semakin canggih sudah tidak asing lagi, sehingga masyarakat menghabiskan waktu di depan komputer dalam menjalankan rutinitas yang dimilikinya dalam berkomunikasi. Salah satu bentuk komunikasi pemasaran yaitu promosi. Tujuan promosi untuk menyebarkan informasi tentang produk agar dapat mengikat pasar dan mengingatkan konsumen (Nurmasie & Setyo, 2013)

Keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan bisa membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan kemudian akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, selain itu harga juga menjadi indikator kualitas.

Peningkatan strategi pemasaran yang harus terencana dan terukur agar semua dapat terlaksana dengan baik sesuai harapan (Yuliana et al., 2021). Strategi pemasaran dirumuskan dengan promosi, harga dan produk yang harus disesuaikan dengan keinginan konsumen untuk mempengaruhi minat konsumen untuk membeli (Firdaus, 2017).

Kegiatan ini tidak terlepas dari pantauan dan koordinasi dari pemerintah dalam menjaga kestabilan ekonomi para

pelaku UMKM dalam menghasilkan produk dan memasarkan kepada masyarakat. Sehingga pemerintah akan selalu membantu dan memantau dampak perkembangan peningkatan hasil/omset.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini dilakukan pada usaha makanan kekinian di Kota Banda Aceh untuk mengetahui dan menganalisis faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, peneliti mengambil judul penelitian "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kekinian di Kota Banda Aceh".

## **METODE**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif, sedangkan populasi dalam penelitian ini adalah pembeli di Kota Banda Aceh. Prosedur yang kemudian digunakan untuk pengumpulan data adalah teknik probability sampling, yaitu Teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi sebanyak 100 orang. Kemudian digunakan metode Simple Random Sampling, yaitu pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara

acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Cara demikian dilakukan karena anggota populasi dianggap homogen. Objek penelitian ini dibatasi pada pengaruh kualitas produk harga dan promosi secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian makanan kekinian di Kota Banda Aceh.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer melalui penyebaran kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Penelitian ini menggunakan 3 variabel independen yaitu Kualitas Produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ), serta variabel dependennya yaitu Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Metode analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda (multiple regression analysis), dan uji korelasi serta uji determinasi.

Data penelitian dianalisis dengan menggunakan model regresi linier berganda dan diolah dengan menggunakan program bantuan SPSS (Statistic Productand Service Solutions).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan

pembelian makanan kekinian di Banda Aceh, dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Hasil Pengujian Regresi**

#### Coefficients<sup>a</sup>

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|              | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant) | 2.428                       | 1.446      |                           | 1.679 | .096 |                         |       |
| Produk       | .710                        | .159       | .439                      | 4.455 | .000 | .375                    | 2.668 |
| Harga        | .266                        | .131       | .245                      | 2.245 | .046 | .249                    | 4.022 |
| Promosi      | .219                        | .134       | .186                      | 1.630 | .106 | .280                    | 3.565 |

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS, yang memperlihatkan pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian makanan kekinian di Banda Aceh.

Pengujian simultan terhadap pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian makanan kekinian di Banda Aceh dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2. Hasil Uji-F ANOVA**

| Model        | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 254.992        | 3  | 84.997      | 59.474 | .000 <sup>b</sup> |
| Residual     | 137.198        | 96 | 1.429       |        |                   |
| Total        | 392.190        | 99 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Perilaku Pembelian

b. Predictors: (Constant), Promosi, Produk, Harga

### Koefisien Korelasi dan Determinasi

Koefisien korelasi dan determinasi pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian makanan kekinian di Kota Banda Aceh, dapat dijelaskan pada Tabel 3.

**Tabel 3. Koefisien Korelasi dan Determinasi**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin - Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-----------------|
| 1     | .806 <sup>a</sup> | .650     | .639              | 1.195                      | 2.219           |

a. Predictors: (Constant), Promosi, Produk, Harga

b. Dependent Variable: Perilaku Pembelian

### Hasil Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil regresi diatas, maka hasil pengujian hipotesis secara simultan dan parsial adalah sebagai berikut:

### Uji Secara Simultan

Nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $59,474 > 3,091$ ), maka  $H_a$  diterima. Artinya produk, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap perilaku pembelian makanan kekinian di Kota Banda Aceh.

### Uji Secara Parsial

Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,022 > 1,661$ ), maka  $H_a$  diterima. Artinya harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku makanan kekinian di Kota Banda Aceh.

Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $1,630 > 1,661$ ), maka  $H_a$  diterima. Artinya Promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku makanan kekinian di Kota Banda Aceh.

Untuk lebih jelasnya mengenai hasil uji F dan uji t sebagai tolak ukur pengujian hipotesis dapat dilihat Tabel 4.

**Tabel 4. Ringkasan Pengujian Hipotesis**

| Bentuk Pengujian          | Nilai Statistik |             | Keterangan                             |
|---------------------------|-----------------|-------------|----------------------------------------|
|                           | $F_{hitung}$    | $F_{tabel}$ |                                        |
| Pengujian Secara Simultan | 59,474          | 3,091       | Ketiga variabel berpengaruh signifikan |
| Pengujian Secara Parsial  | $t_{hitung}$    | $t_{tabel}$ |                                        |
| Produk ( $X_1$ )          | 4,455           | 1.661       | Produk berpengaruh signifikan          |
| Harga ( $X_2$ )           | 2,022           | 1.661       | Harga berpengaruh signifikan           |
| Promosi ( $X_3$ )         | 1,630           | 1.661       | Promosi tidak berpengaruh signifikan   |

Berdasarkan Tabel 4 bahwa baik secara simultan maupun secara parsial produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian makanan kekinian di Kota Banda Aceh. Sedangkan secara parsial promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian makanan kekinian di Kota Banda Aceh. Hal ini berarti bahwa produk, harga, dan promosi secara nyata dapat meningkatkan perilaku pembelian makanan kekinian di Kota Banda Aceh.

Pada Saat ini bisnis online sangat menjanjikan, apalagi dengan dukungan berbagai metode pemasaran yang dapat menghasilkan keuntungan yang signifikan. Salah satu teknik pemasaran yang sering digunakan adalah Viral Marketing. Teknik pemasaran ini sangat cocok digunakan di era digital saat ini. Konsep Viral Marketing hampir identik dengan word of mouth marketing, atau bisa dibilang merupakan metode penyebaran informasi kepada konsumen melalui kata-kata (Wahyuni & Mariah, 2022).

### PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembuktian hipotesis bahwa produk, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap perilaku pembelian makanan kekinian di Kota Banda Aceh. Nilai konstanta sebesar 2,428 artinya apabila variabel produk,

harga, tempat dan promosi bernilai nol (0), maka besarnya perilaku pembelian makanan kekinian di Kota Banda Aceh adalah sebesar 2,428 pada satuan skala likert.

Hasil koefisien regresi produk ( $X_1$ ) sebesar 0,710, artinya bahwa setiap 100% perubahan dalam variabel produk, maka secara relatif akan mempengaruhi perilaku pembelian makanan kekinian di Kota Banda Aceh sebesar 71,0%, maka semakin tinggi produk maka akan semakin mempengaruhi perilaku pembelian makanan kekinian di Kota Banda Aceh. Selanjutnya hasil koefisien regresi harga ( $X_2$ ) sebesar 0,266, artinya bahwa setiap 100% perubahan dalam variabel harga, maka secara relatif akan mempengaruhi perilaku pembelian konsumen pada makanan kekinian di Kota Banda Aceh sebesar 26,6%, maka semakin tinggi harga maka akan semakin mempengaruhi perilaku pembelian makanan kekinian di Kota Banda Aceh. Promosi dilakukan untuk memberikan informasi keunggulan produk dengan tujuan pelanggan dapat membeli produk yang dipasarkan (Ramadani, 2020).

Kemudian hasil koefisien regresi tempat ( $X_3$ ) sebesar 0,219, artinya bahwa setiap 100% perubahan dalam variabel tempat, maka secara relatif akan mempengaruhi perilaku pembelian makanan kekinian di Kota Banda Aceh sebesar 21,9%, maka semakin tinggi

tempat maka akan semakin mempengaruhi perilaku pembelian makanan kekinian di Kota Banda Aceh, dengan demikian semakin tinggi promosi maka akan semakin mempengaruhi perilaku pembelian makanan kekinian di Kota Banda Aceh.

Hasil koefisien korelasi ( $R$ ) sebesar 0,806 yang menunjukkan bahwa derajat hubungan (korelasi) antara variabel bebas dengan variabel terikat sebesar 80,6%, artinya perilaku pembelian makanan kekinian di Kota Banda Aceh mempunyai hubungan yang sangat erat dan positif dengan produk, harga, dan promosi. Sedangkan hasil korelasi determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,650, artinya produk, harga, dan promosi berpengaruh terhadap perilaku pembelian makanan kekinian di Kota Banda Aceh sebesar 65,0%, dan sisanya sebesar 35,0% dijelaskan oleh variabel lain diluar dari pada penelitian ini, misalnya masyarakat masih menikmati makanan di warkop tradisional maupun modern.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Cardia et al. (2019) bahwa produk, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan, selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Irawan (2020) menyatakan kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Nuryani

et al., 2022) bahwa kualitas produk, harga dan promosi dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

## **KESIMPULAN**

Dari uraian hasil penelitian telah dikemukakan, maka ada beberapa kesimpulan yang dapat diambil yaitu pengaruh kualitas produk, harga dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan kekinian di Kota Banda Aceh. Begitu juga secara parsial kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian makanan kekinian di wilayah Kota Banda Aceh, sedangkan promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku makanan kekinian dalam kemasan di Kota Banda Aceh. Nilai koefisien korelasi ( $R$ ) menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen sebesar 80,6% dan memiliki tingkat hubungan yang sangat erat. Sedangkan nilai korelasi determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,650 dapat diartikan bahwa kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh terhadap perilaku pembelian makanan kekinian di Kota Banda Aceh sebesar 65,0%, dan sisanya sebesar 35,0% dijelaskan oleh variabel lain diluar dari pada penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat di Kota Banda Aceh masih

menikmati makanan yang berada di warung kopi.

Dari hasil penelitian digambarkan bahwa kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian makanan kekinian di kota banda aceh sangat mempengaruhi nilai jual. Oleh karena itu penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian dengan ruang lingkup yang lebih luas dan menambah variabel lainnya yang dapat meningkatkan nilai jual makanan kekinian di Kota Banda Aceh. Sehingga dapat membantu pertumbuhan UMKM di Kota Banda Aceh.

## **REFERENSI**

- Arabella, Z., Asep, N., & Mulyana, H. A. (2023). Analisis Penggunaan Abreviasi Pada Grup Facebook "Resep Makanan Kekinian." *Caraka: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia Serta Bahasa Daerah*, 12(1), 231–245.
- Arista, A., & Firmansyah, B. (2022). Menu Makanan dan Minuman Berbasis WEB (Studi Kasus: Cafetaria A IBI-K57). 3(1), 36–41.
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Implementasi dan evaluasi dalam perbaikan Sumber daya Manusia. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6762.

- Firdaus, A. (2017). Pengaruh strategi pemasaran terhadap minat konsumen membeli produk perumahan (kasus pada Perumahan Surya Mandiri Teropong PT Efa Artha Utama). *Jom Fisip UNRI*, 4(1), 1–12. <https://www.neliti.com/publications/130504/pengaruh-strategi-pemasaran-terhadap-minat-konsumen-membeli-produk-perumahan-kas>
- Fitriyadi, S., Utama, E. G., Yanti, L., & Kariadi, D. (2023). Inovasi NAGGETO ( Nugget Sayur Tahu ) Makanan Sehat Kekinian di Kelurahan Setapak Besar Kecamatan Singkawang Utara NAGGETO ( Tofu Vegetable Nugget ) Innovation Contemporary Healthy Food in Setapak Besar Village , North District Singkawang. 6(2), 130–138.
- Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya. *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 140. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v5i2.1097>
- Nurmasie, R., & Setyo, I. S. (2013). Pengaruh Promosi Penjualan Perorangan Terhadap Keputusan Belanja Tidak Berencana. *Jurnal Ilmu Manajemen* |, 1(2), 528–540.
- Nuryani, F. T., Nurkesuma Nurkesuma, & Baruna Hadibrata. (2022). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4.977>
- Ramadani, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Handphone. *IQTISHADEquity*, 1(2), 36–46. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.540>
- Wahyuni, S., & Mariah. (2022). Pengaruh Viral Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kekinian Sang Pisang. *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*, 8(4), 4674–4681.
- Yuliana, Junaidi, & Safwan Kamal. (2021). Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Dalam Peningkatan Transaksi. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 53–70. <https://doi.org/10.32505/jim.v2i2.2643>