

P-ISSN: 3047-3527, E-ISSN: 3047-7018
 JURAMA, Vol. 3, No. 1, Februari 2026
 Lembaga Aspirasi Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian
 Putra Bangsa (LP4B) Tangerang Selatan



PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ICE CREAM PADA GERAI MIXUE MODERNLAND DI TANGERANG

Sheren Lauwdicia Bastari¹, Suharni Rahayu²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Email: sherenlauwdicia@gmail.com¹, dosen00964@unpam.ac.id²

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of product quality and price on ice cream purchasing decisions at the Mixue Modernland Outlet in Tangerang. The method used was quantitative. The sampling technique used ancient rao and obtained a sample of 100 respondents. Data analysis used validity tests, reliability tests, classical assumption tests, regression analysis, correlation coefficients, determination coefficients and hypothesis tests. The population in this study were consumers of the Mixue Modernland Outlet in Tangerang and a sample of 100 respondents was determined. Data collection methods were through questionnaires with a Likert scale, observation, and literature studies. The results of this study were product quality had a significant positive effect on purchasing decisions with a determination coefficient value of 40.0% and the hypothesis test obtained $t_{count} > t_{table}$ or $(4.617 > 1.652)$. Price had a significant positive effect on purchasing decisions with a determination coefficient value of 53.1% and the hypothesis test obtained $t_{count} > t_{table}$ or $(7.374 > 1.652)$. Product quality and price simultaneously have a significant positive effect on purchasing decisions, with the regression equation $Y = 11.117 + 0.386 + 0.588$, with a coefficient of determination of 81.4%, while the remaining 16.6% is influenced by other factors. The hypothesis test obtained a calculated F value $> F$ table, or $(217.724 > 3.04)$.

Keywords: Product Quality; Price; Purchasing Decision

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian ice cream pada Gerai Mixue Modernland di Tangerang. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan rao purba dan diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Gerai Mixue Modernland di Tangerang dan ditetapkan sampel berjumlah 100 responden. Metode pengumpulan data melalui kuesioner dengan skala *likert*, observasi, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian ini adalah kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien determinasi sebesar 40,0% dan uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(4,617 > 1,652)$. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien determinasi sebesar 53,1% dan uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(7,374 > 1,652)$. Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 11,117 + 0,386 + 0,588$, nilai koefisien determinasi sebesar 81,4% sedangkan sisanya sebesar 16,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(217,724 > 3,04)$.

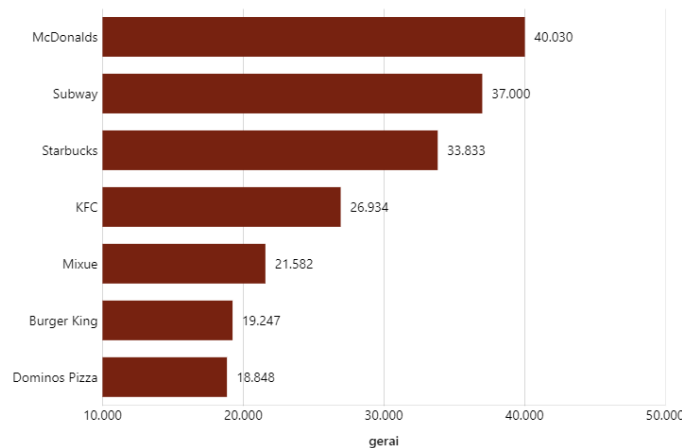
Kata Kunci: Kualitas Produk; Harga; Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Bisnis gerai waralaba (*franchise*) mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam dunia perusahaan makanan dan minuman salah satunya adalah minuman dan *ice cream* Mixue, seperti yang kita ketahui bahwa mixue sendiri merupakan sebuah gerai minuman yang juga menjual *Ice Cream* dengan harga yang cukup terjangkau bagi berbagai kalangan baik yang muda maupun para orang tua. Mixue berdiri pada Juni 1997, oleh Zhang Hongchao, seorang mahasiswa di Universitas Keuangan dan Ekonomi Henan dari Tiongkok yang masuk ke Indonesia pada tahun 2020 dan gerai pertamanya ada di daerah Cihampelas Walk, Bandung. Hingga saat ini gerai Mixue terus berkembang pesat sampai memenuhi sepuluh provinsi di Indonesia.

Perkembangan teknologi juga tentunya dimanfaatkan dengan sangat baik oleh perusahaan

perusahaan baru atau bisnis baru yang bergerak di bidang kedai minuman seperti *ice cream* Mixue. Para pengusaha *ice cream* Mixue ini sendiri juga harus berusaha memproduksi produk minuman yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin meningkat untuk memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Salah satu yang paling digemari kalangan banyak orang adalah menu *ice cream*, dengan pilihan rasa yang banyak dan aroma khas susunya membuat *ice cream* mixue digemari oleh berbagai kalangan. Berikut merupakan perusahaan F&B dengan gerai waralaba terbanyak global (2021):



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/29/mixue-punya-gerai-terbanyak-ke-5-di-dunia-burger-king-kalah>

Gambar 1: Diagram Perusahaan F&B dengan Gerai Waralaba Terbanyak Global

Menurut laporan Momentum Works, perusahaan *ice cream* dan minuman asal Tiongkok Mixue memiliki 21.582 gerai waralaba (*franchise*) yang tersebar di berbagai negara pada 2021. Jumlah tersebut menjadikan Mixue sebagai perusahaan makanan dan minuman (*food and beverage*/F&B) dengan gerai *franchise* terbanyak ke-5 di dunia. Banyaknya gerai Mixue bahkan mengalahkan Burger King dan Domino's Pizza. Perusahaan F&B asal Amerika Serikat tersebut masing-masing memiliki 19.247 dan 18.848 gerai pada tahun 2021. Namun pada Tahun 2023 Mixue mengalami penurunan penjualan pada gerai mixue modernland ditangerang, menurut informasi dari kepala toko mixue hal ini salah satunya disebabkan karena banyaknya gerai – gerai *ice cream* lain yang serupa dengan mixue, mulai dari menu *ice cream* maupun minumannya. Adapun data penjualan produk mixue di Modernland Tangerang dari tahun 2021-2023 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1: Data Penjualan Ice Cream Gerai Mixue Modernland Tangerang Periode 2022 – 2024

No	Tahun	Hasil Penjualan	Target Penjualan	Presentase
1	2022	Rp. 69,000,000	70,000,000	98,5%
2	2023	Rp. 67,000,000	75,000,000	89,3%
3	2024	Rp. 59,000,000	80,000,000	73,7%

Sumber : Mixue Modernland Tangerang

Berdasarkan data tersebut bisa dilihat bahwa terjadi penurunan target penjualan pada produk Ice Cream Mixue di Modernland Tangerang, penurunan jumlah penjualan ini terjadi pada setiap tahun yang dimana pada setiap tahun tidak pernah mencapai target yang disebabkan oleh banyak faktor, Dari data tersebut target penjualan selama 3 tahun tidak tercapai target sepenuhnya. Berdasarkan hal ini penurunan yang terjadi pada penjualan ditahun 2023 salah satunya disebabkan oleh banyaknya merek – merek lain yang muncul yang memberikan harga dan menyajikan menu yang hampir sama dengan mixue ini, yang menyebabkan keputusan pembelian produk menurun.

Tabel 2: Data Pembeli Gerai Mixue Modernland Di Tangerang

No	Tahun	Target	Pencapaian	Persentase
1	2022	8.500	7.547	88,7%
2	2023	9.500	6.857	72,1%
3	2024	10.000	6.046	60,4%

Sumber : Gerai Mixue Modernland Di Tangerang, 2025

Dari data diatas dapat dilihat bahwa pada populasinya setiap tahun mengalami penurunan mulai dari 2022-2024, dapat dilihat bahwa para pelanggan mengalami penurunan setiap tahunnya, pada 2022 sebesar 88,7% dan mengalami penurunan pada 2023 sebesar 72,1% kembali mengalami penurunan pada 2024 sebesar 60,4%.

Berikut merupakan data hasil pra survey penulis yang diambil dari variabel Kualitas Produk *ice cream* pada gerai Mixue Modernland Tangerang:

Tabel 3: Data Pra Survey Kualitas Produk Ice Cream Mixue Modernland Tangerang

No	Pertanyaan	Jawaban (%)				Jumlah Responden
		Setuju		Tidak Setuju		
		Jumlah	%	Jumlah	%	
1	Kinerja	25	83,3%	5	16,7%	30
	Produk yang ditawarkan oleh Mixue Ice Cream and Tea memiliki kualitas yang baik.					
2	Ciri-Ciri atau Keistimewaan Tambahan	25	83,3%	5	16,7%	30
	Produk Mixue memiliki banyak varian rasa.					
3	Kehandalan	13	43,3%	17	56,7%	30
	Produk Mixue memenuhi harapan konsumen.					
4	Kesesuaian	11	36,6%	19	63,4%	30
	Model kemasan sesuai dengan trend saat ini.					
5	Daya Tahan	9	30%	21	70%	30
	<i>Ice Cream</i> Mixue tidak cepat mencair.					
6	Service	14	46,6%	16	53,4%	30
	Penjual bersikap ramah dan sopan.					
7	Estetika	10	33,3%	20	66,7%	30
	Kemasan produk Mixue mampu menarik konsumen.					
8	Kualitas yang Dipersepsikan	12	40%	18	60%	30
	Kualitas produk memiliki keunggulan.					
Rata – Rata		119	49,5%	121	50,5%	

Sumber : Kuisioner pra survey kualitas produk *ice cream* mixue

Dari pra survey diatas dapat dilihat bahwa masih banyak para responden menjawab tidak setuju, membuktikan bahwa masih ketidak sesuaian kualitas produk yang dirasakan oleh para konsumen mixue, bahwa nilai rata rata lebih besar tidak setuju sebesar 50,5% sedangkan setuju sebesar 49,5%. Dibuktikan bahwa perlu adanya peningkatan mengenai kualitas produk agar dapat sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.

Dengan mengembangkan kualitas produk yang baik dan dapat diterima masyarakat, mixue

bisa semakin dikenal banyak orang dan pembelian akan semakin meningkat. Selain itu, produk yang berkualitas juga bisa meminimalisir biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan jika dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan apabila perusahaan gagal memenuhi standar kualitas produknya.

Faktor lain yang bisa menentukan konsumen dalam keputusan pembelian adalah harga. Harga cukup menjadi pertimbangan yang matang dalam membeli suatu produk, karena jika harga yang ditawarkan relative mahal dan kualitas produk kurang memuaskan, konsumen pun bisa jadi tidak tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan, hal ini dikarenakan konsumen sangat memperhatikan kualitas produk dan harga untuk sampai bisa memutuskan untuk membeli suatu produk. Berikut beberapa harga menu yang ada pada gerai Mixue Modernland Tangerang:

Tabel 4: Perbandingan Harga Menu *Ice Cream* Mixue Modernland Tangerang dengan Harga *Ice Cream Cooler City*

Menu Fresh Ice Cream	Harga Ice Cream Mixue	Harga Ice Cream Cooler City
Ice Cream Cone	Rp 8.000	Rp 8.000
Ice Cream Sundae	Rp 16.000	Rp 16.000
Milk Shake	Rp 16.000	Rp 16.000
Mango Boba	Rp 22.000	Rp 21.000
Ice Cream Coffe	Rp 17.000	Rp 16.000

Sumber : Mixue Modernland Tangerang

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa beberapa menu *ice cream* Mixue mempunyai harga yang hampir sama dengan menu *ice cream* dari produk cooler city. Namun, ada 2 (dua) menu *ice cream* yang beda harga yaitu pada menu mango boba dan *ice cream* coffe, terlihat pada tabel bahwa harga pada produk mixue lebih tinggi di banding dengan produk cooler city. Hal ini menunjukkan bahwa harga produk yang ditawarkan kepada konsumen masih tergolong mahal.

Untuk memperbaiki volume penjualan dapat memperhatikan kualitas produk dan harga yang sesuai. Mixue *Ice Cream & Tea* menjadi topik yang menarik bagi peneliti karena merupakan produk keluaran 2020 yang termasuk baru, produk ini langsung mendunia bahkan kini memiliki outlet yang tersebar di beberapa wilayah Indonesia, memiliki banyak pesaing yang muncul dan berkembang hingga saat ini dengan harga, kemasan, bahkan varian rasa yang sama dengan Mixue.

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan bahwa kualitas produk dan harga diduga memiliki pengaruh secara bersama sama terhadap keputusan pembelian pelanggan berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan (Geo Vanny, dkk: 2022) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian” mendapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Dari penjelasan diatas tersebut dapat disimpulkan bahwa adanya beberapa pertimbangan dalam melakukan pembelian produk *ice cream* mixue, contohnya seperti pertimbangan kualitas produk *ice cream* mixue yang diduga cepat mencair tentunya menjadi pertimbangan para pembeli dalam melakukan keputusan pembelian produk. Tentunya kualitas produk dan harga merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Pada Gerai Mixue Modernland di Tangerang”

METODE

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, menurut Sugiyono (2020:8) berpendapat “penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Penelitian ini merupakan studi empiris yang bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Gerai Mixue Modernland di Tangerang. Populasi dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden, pengumpulan data menggunakan data primer dengan cara menyebar kusioner kepada responden. Adapun analisa data yang dilakukan meliputi: uji instrumen data (validitas dan reliabilitas), uji asumsiklasik (normalitas,

multikolinieritas, dan heteroskedastisitas), uji regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis (uji t dan uji F).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kuesioner dikatakan valid atau tidak. Dalam uji validitas ini peneliti menggunakan SPSS versi 26 dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan dikatakan valid.
- Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pernyataan dikatakan tidak valid.

Berikut ini disampaikan hasil perhitungan uji validitas setiap variabel yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu variabel kualitas produk, harga dan keputusan pembelian dengan perincian sebagai berikut:

Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk

Berdasarkan hasil pengujian validitas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5: Pengujian Validitas Instrumen Pernyataan Kualitas Produk

No Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
KX1-1	0,796	0,195	Valid
KX1-2	0,843	0,195	Valid
KX1-3	0,802	0,195	Valid
KX1-4	0,802	0,195	Valid
KX1-5	0,807	0,195	Valid
KX1-6	0,831	0,195	Valid
KX1-7	0,773	0,195	Valid
KX1-8	0,783	0,195	Valid
KX1-9	0,780	0,195	Valid
KX1-10	0,806	0,195	Valid

Sumber: Pengolahan Data, 2025.

Berdasarkan tabel di atas apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid dan sebaliknya, apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid. Pada penelitian ini jumlah sampel (n) yang akan diuji sebanyak 100 responden dengan taraf signifikan dua arah 0,050 dengan ketentuan $df = n - 2$, maka $df = 100 - 2 = 98$ maka didapat r tabel sebesar 0,195. Dari tabel di atas menunjukkan pernyataan pada variabel kualitas produk dapat dikatakan valid karena seluruh pernyataan memiliki nilai r hitung $> 0,195$.

Pengujian Validitas Variabel Harga

Berdasarkan hasil pengujian validitas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 6: Pengujian Validitas Instrumen Pernyataan Harga

No Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
KX2-1	0.775	0,195	Valid
KX2-2	0.851	0,195	Valid
KX2-3	0.858	0,195	Valid
KX2-4	0.755	0,195	Valid
KX2-5	0.826	0,195	Valid
KX2-6	0.865	0,195	Valid
KX2-7	0.802	0,195	Valid
KX2-8	0.797	0,195	Valid

No Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
KX2-9	0.804	0,195	Valid
KX2-10	0.794	0,195	Valid

Sumber: Pengolahan Data, 2025.

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa semua butir pernyataan pada variabel harga dinyatakan valid, hal itu dibuktikan dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, $(n-2) = 100 - 2 = 98$ yaitu 0,195. Dengan demikian data layak diteruskan sebagai data penelitian.

Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian validitas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 7: Pengujian Validitas Instrumen Pernyataan Keputusan Pembelian

No Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
KY-1	0.742	0,195	Valid
KY-2	0.849	0,195	Valid
KY-3	0.839	0,195	Valid
KY-4	0.842	0,195	Valid
KY-5	0.863	0,195	Valid
KY-6	0.834	0,195	Valid
KY-7	0.864	0,195	Valid
KY-8	0.817	0,195	Valid
KY-9	0.873	0,195	Valid
KY-10	0.873	0,195	Valid

Sumber: Pengolahan Data, 2025.

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa semua butir pernyataan pada variabel keputusan pembelian dinyatakan valid, hal itu dibuktikan dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, $(n-2) = 100 - 2 = 98$ yaitu 0,195. Dengan demikian data layak diteruskan sebagai data penelitian.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sebuah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu instrumen dapat dipercaya. Instrumen yang valid umumnya pasti reliabel, tetapi pengujian reliabilitas perlu dilakukan. Berikut tabel hasil reliabilitas instrumen:

Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 8: Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,938	10

Sumber: Pengolahan data SPSS 26

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel kualitas produk dikatakan reliabel, karena pengujian diperoleh nilai *cronbach alpha* lebih besar dari pada 0,600, yaitu $0,938 > 0,600$.

Uji Reliabilitas Variabel Harga

Tabel 9: Uji Reliabilitas Variabel Harga
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,941	10

Sumber: Pengolahan data SPSS 26

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel harga dikatakan reliabel, karena pengujian diperoleh nilai *cronbach alpha* lebih besar dari pada 0,600, yaitu $0,941 > 0,600$.

Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 10: Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,953	10

Sumber: Pengolahan data SPSS 26

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel keputusan pembelian dikatakan reliabel, karena pengujian diperoleh nilai *cronbach alpha* lebih besar dari pada 0,600, yaitu $0,953 > 0,600$.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini terdiri atas uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas. Adapun alat yang digunakan untuk mengolah data yaitu menggunakan program SPSS 26.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak, uji normalitas dilakukan dengan 2 (dua) metode yaitu: 1) Kolmogorov-Smirnov dengan ketentuan jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data dinyatakan normal. 2) Metode grafik dengan ketentuan titik-titik sebaran data dikatakan normal apabila data atau titik menyebar berada pada sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sebaliknya data dikatakan tidak terdistribusi normal jika data menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti garis diagonal. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 11: Hasil Uji Normalitas

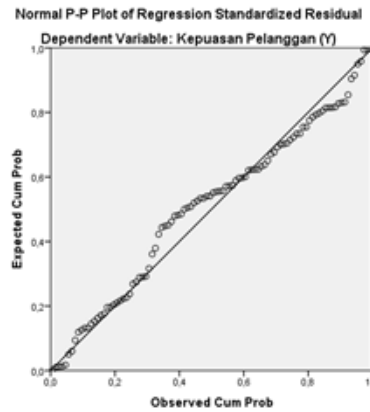
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		Kualitas Produk (X1)	Harga (X2)	Keputusan pembelian (Y)
N		100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	40.7000	45.0400	48.7000
	Std. Deviation	9.86628	12.81801	9.78713
Most Extreme Differences	Absolute	.122	.158	.124
	Positive	.059	.122	.124
	Negative	-.122	-.158	-.112
Test Statistic		.122	.158	.124
Asymp. Sig. (2-tailed)		.101 ^c	.200 ^c	.121 ^c
a. Test distribution is Normal.				
b. Calculated from data.				
c. Lilliefors Significance Correction.				

Sumber: Pengolahan Data, 2025.

Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) variabel Kualitas produk sebesar 0,101 dan Variabel Harga sebesar 0,200 serta pada variabel Keputusan pembelian sebesar 0.121 yang lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian memiliki distribusi

data normal. Sedangkan nilai Test Statistic variabel Kualitas produk sebesar 0,122, variabel Harga sebesar 0,158 dan variabel Keputusan pembelian sebesar 0.124, berarti data residual terdistribusi normal.

Selanjutnya uji normalitas juga dilakukan dengan menggunakan grafik *Probability Plot* (P-P Plot) yang prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan cara melihat pola penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik atau dengan melihat histogram dan residualnya atau dengan kata lain mengikuti arah garis diagonal. Adapun hasil ujinya sebagai berikut:

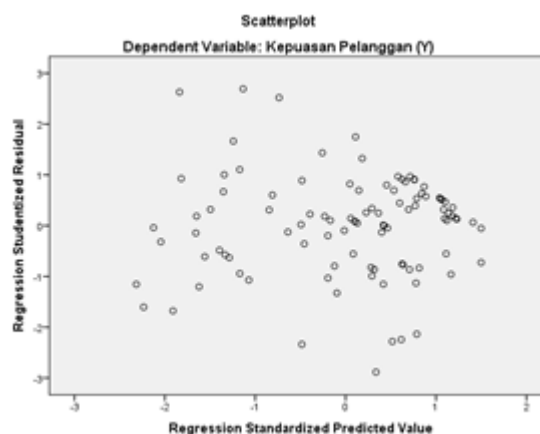


Sumber: Pengolahan Data, 2025.
Gambar 2: P-Plot Uji Normalitas

Dari grafik di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data residu dari variabel kualitas produk, harga dan keputusan pembelian yang diteliti adalah data yang berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot* sebagai berikut:



Sumber: Pengolahan Data, 2025.
Gambar 3: Grafik Scatter Plot Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar *scatter plot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak beraturan, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

Uji Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian (Y) dapat dilakukan dengan uji t (uji parsial). Adapun ketentuannya sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima (terdapat pengaruh).
 - 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak terdapat pengaruh)
- Adapun hasil pengolahan data menggunakan program SPSS Versi 26, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 12: Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11.117	2.017		0.554	.581
1 Kualitas produk (X1)	.386	.084	.363	4.617	.000
Harga (X2)	.588	.080	.579	7.374	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian (Y)

Sumber: Pengolahan Data, 2025.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis parsial pada tabel di atas, variabel kualitas produk diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(4,617 > 1,652)$, hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi $< 0,05$ atau $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Gerai Mixue Modernland di Tangerang.

Selanjutnya pengujian hipotesis parsial variabel harga diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(7,374 > 1,652)$, hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi $< 0,05$ atau $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada Gerai Mixue Modernland di Tangerang.

Uji Simultan (Uji F)

Pengujian F statistik adalah uji secara bersama-sama seluruh variabel independen nya (kualitas produk dan harga) terhadap variabel dependen nya (keputusan pembelian). Perhitungan statistik F dari ANOVA dilakukan dengan membandingkan nilai kritis yang diperoleh dari tabel distribusi F pada tingkat signifikan tertentu. Adapun rumusan hipotesis yang dibuat sebagai berikut:

H_{03} : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Gerai Mixue Modernland di Tangerang.

H_{a3} : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Gerai Mixue Modernland di Tangerang.

Sebagai pembanding untuk melihat pengaruh signifikan, maka digunakan taraf signifikan sebesar 5% (0,05) dan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan kriteria sebagai berikut:

1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak

2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima

Rumus untuk mencari nilai F tabel yaitu:

$$(df = k-1) = df1 = 3-1 = 2 \text{ dan } (df2 = n - k) = 100 - 3 = 97$$

Maka dengan signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh F_{tabel} dari $97 = 3,04$ dari tabel statistik. Berikut adalah hasil uji ANOVA atau uji F:

Tabel 13: Hasil Uji Simultan (Uji F) Antara Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1271.509	2	635.755	217.724	.000 ^b
Residual	283.241	97	2.920		
Total	1554.750	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)

Sumber: Pengolahan Data, 2025.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel ANOVA di atas, diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau ($217,724 > 3,04$) dan diperkuat dengan signifikansi $< 0,05$ atau ($0,000 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada Gerai Mixue Modernland di Tangerang.

Pembahasan

Setelah diketahui hasil temuan dalam hal ini kemudian di analisis seberapa baik data tersebut mempresentasikan hasil penelitian yang diangkat, terutama kemampuan dalam menjelaskan seberapa baik kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya akan dilakukan pembahasan hasil-hasil dalam penelitian ini sebagai berikut:

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis, variabel penelitian kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan dibuktikan hasil uji $t_{hitung} = 4,617$ sedangkan $t_{tabel} = 1,652$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Cornelia Dumarya Manik, (2023) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sophie Paris Di Jakarta, dimana dalam penelitiannya menghasilkan kesimpulan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis, variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan dibuktikan hasil uji $t_{hitung} = 7,374$ sedangkan $t_{tabel} = 1,652$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Reni Yesi S. (2020) Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Giant Supermarket Di Cikarang, dimana dalam penelitiannya menghasilkan kesimpulan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji Anova diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau ($217,724 > 3,04$) dan juga diperkuat dengan nilai signifikan $< 0,05$ atau ($0,000 < 0,05$) maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada Gerai Mixue Modernland di Tangerang. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Alimatuts Satdiah, (2023) Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint, dimana dalam penelitiannya menghasilkan kesimpulan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil uraian pada setiap bab sebelumnya, dan dari hasil analisa serta pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian, adalah sebagai berikut:

1. Secara parsial kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,617 > 1,652$) dan juga diperkuat dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_{a1} diterima. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada Gerai Mixue Modernland di Tangerang.
2. Secara parsial harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,374 > 1,652$) dan juga diperkuat dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_{a2} diterima. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada Gerai Mixue Modernland di Tangerang.
3. Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji hipotesis diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau ($217,724 > 3,04$) dan juga diperkuat dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_{a3} diterima. Dengan demikian

dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada Gerai Mixue Modernland di Tangerang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, E. S., & Susilowati, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Kopi Modern. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 50–60. doi:10.37034/jreb.v12i1.300
- Amelia, N., & Sunarsi, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Produk Es Krim). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 17(1), 40–50. doi:10.24912/jeb.v17i1.800
- Anisa, L. A., & Heryana, T. (2022). Analisis Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Es Krim Campina. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 15(2), 118–127. doi:10.29313/jrbm.v15i2.4173
- Febriana, R., & Hartono, B. (2023). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Ice Cream & Tea (Studi Kasus di Gerai Bogor). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(2), 101–110. doi:10.33408/jmp.v10i2.1500
- Ghozali, M., & Kurniawati, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Es Krim Walls. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) FAKULTAS EKONOMI UNIAT*, 6(2), 241-250. doi:10.36226/jrmb.v6i2.607
- Herlinda, E. D., & Purwoko, D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mixue Ice Cream & Tea di Palembang). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 15–24. doi:10.33086/jmp.v10i1.3400
- Lestari, S. R., & Adiyoga, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Minuman Ringan. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 18(1), 70–80. doi:10.32502/jbe.v18i1.1200
- Nurjanah, L. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim di Kota Semarang. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 1–10. doi:10.29313/jreb.v5i1.3090
- Pratama, I., & Wahyuni, D. (2023). Analisis Faktor Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Produk Minuman Kekinian). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 150–160. doi:10.35870/jmb.v6i2.1400
- Rahayu, F. P. A., & Prasilowati, W. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Mixue Ice Cream & Tea). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(13), 85–97. doi:10.5281/zenodo.10091350
- Ramadhan, M. A., & Sutrisno, B. (2023). Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Cepat Saji. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(2), 150–160. doi:10.24042/jebis.v6i2.405
- Rao, P. (2019). *Measuring Consumer Perceptions Through Faktor Analysis, The Asian*.
- Sari, Y., & Haryanti, T. (2022). Peran Kualitas Produk, Harga, dan Promosi dalam Membentuk Keputusan Pembelian Es Krim Aice. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(4), 114–125. doi:10.26742/jim.v10i4.1200
- Setiadi, A. I., & Utomo, J. (2020). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Minuman Boba. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 4(2), 101–110. doi:10.24912/jmbk.v4i2.9231
- Susanti, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim (Studi Kasus di Kota Bandung). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(1), 45–56. doi:10.33408/jbm.v10i1.921
- Wibowo, A. J., & Putri, I. E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 19(3), 295–306. doi:10.24912/jeb.v19i3.900
- Wibowo, S. A., & Hidayat, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue (Studi Kasus di Gerai Jakarta). *Jurnal Administrasi & Bisnis*, 15(1), 1–12. doi:10.56755/jab.v15i1.487