

Pengaruh Kualitas Produk Makanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Roti Gembong Gembul Pekanbaru

Almawaddah^{1*}, Annisa Mardatillah²

^{1,2}Universitas Islam Riau, Pekanbaru Riau

*Correspondent email: almawaddah@student.uir.ac.id

Diterima: 2 Februari 2026 | Disetujui: 25 April 2026 | Diterbitkan: 27 April 2026

Abstract. *The purpose of this study is to analyze and explain the influence of Food Product Quality and Price on Purchasing Decisions at Roti Gembong Gembul Bukit Raya Pekanbaru. This study uses a quantitative method. The sampling method used is Purposive Sampling with a sample determination of 100 respondents. Data collection techniques used in this study are Questionnaires, interviews, observations, and documentation. The results of this study indicate that there is a significant and positive influence between food product quality and price on purchasing decisions. The conclusion is that food product quality and price have a positive and significant influence on purchasing decisions at Roti Gembong Gembul Bukit Raya Pekanbaru.*

Keywords: *Food Product Quality; Price; Purchasing Decision*

PENDAHULUAN

The American Society for Quality mendefinisikan Kualitas mencakup keseluruhan fitur dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu produk atau layanan, yang berperan dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, baik yang dinyatakan maupun yang tersirat. Yang artinya kualitas adalah mengenai sejauh mana suatu produk atau jasa mampu memuaskan pelanggan. Menurut Potter dan Hotchkiss “*Food Quality* atau kualitas produk makanan adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen. Ini termasuk dalam faktor eksternal seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa, dalam Lestari & Yusuf (2019). Dalam penelitian ini, indikator kualitas produk makanan yang digunakan adalah mengacu pada Pantelides et.,al 2018 dalam Lestari & Yusuf (2019), yaitu rasa, tekstur, aroma, warna, temperatur, porsi, bentuk, penyajian.

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memiliki sifat fleksibel dimana setiap saat dapat berubah-ubah. Tjiptono (2023) memaparkan harga secara sederhana diartikan sebagai sejumlah uang (satuan moneter) dan aspek lain (non moneter) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Menurut Kotler dan Armstrong ada empat indikator yang dapat mengukur harga, (Indrasari, 2019), yaitu: Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Kesesuaian harga dengan manfaat, Harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga.

Keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan. Menurut Kotler dan Armstrong (2016) keputusan pembelian adalah perilaku konsumen tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan, dalam Soetanto dkk. (2020). Keputusan pembelian adalah proses yang dilalui oleh konsumen dalam memilih barang atau jasa dari berbagai macam alternatif yang tersedia hingga akhirnya menentukan pilihan yang dianggap paling tepat. Indikator keputusan pembelian menurut Kotler dalam (Indrasari, 2019), meliputi: Tujuan dalam membeli sebuah produk, Pemrosesan informasi untuk sampai kepemilikan merek, Kemantapan pada sebuah produk, Memberikan rekomendasi kepada orang lain, Melakukan pembelian ulang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk makanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Roti Gembong Gembul Pekanbaru Bukit Raya.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Roti Gembong Gembul cabang Pekanbaru yang beralamat di Jalan Imam Munandar No. 55, Tangkerang Utara, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru.

Populasi

Adalah area generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2014). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang melakukan pembelian Roti Gembong Gembul.

Sampel

Menurut Sugiyono (2014) adalah sebagian objek yang diambil dari keseluruhan objek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi. Sehingga sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan bisa mewakili seluruh populasi. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden yang bersifat mewakili.

Jenis dan Sumber Data

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden yang menjadi objek penelitian ini. Pengumpulannya dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner, wawancara.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang telah diolah lebih lanjut dan merupakan data pendukung bagi penelitian ini. Data sekunder diperoleh dari penelitian sebelumnya, buku literature, internet, jurnal, serta bacaan lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara
2. Kuesioner
3. Observasi
4. Dokumentasi

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis menggunakan analisis asosiatif dan kuantitatif. Analisis asosiatif ialah untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih yang berkaitan dengan permasalahan yang ada pada suatu unit usaha. Sementara itu, analisis kuantitatif adalah analisa yang menggunakan bantuan statistik untuk membantu dalam perhitungan angka-angka untuk menganalisa data yang diperoleh

Teknik Pengukuran

Teknik pengukuran data dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Skala Pengukuran Likert	
Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Kurang Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Dalam penelitian, fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala Likert dapat mengubah variabel yang akan diukur menjadi indikator variabel. Selanjutnya, Indikator ini digunakan sebagai titik awal untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Untuk mengetahui jarak interval maka digunakan rumus:

$$\text{Jarak Interval} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{Jumlah kelas interval}}$$

Selanjutnya untuk mengetahui skor masing-masing indikator adalah sebagai berikut:

1. Nilai Maksimal = Skor Tertinggi x Jumlah Pernyataan x Jumlah Sampel
2. Nilai Minimal = Skor Terendah x Jumlah Pernyataan x Jumlah Sampel
3. Rentang Skor = (Skor Tertinggi – Skor Terendah) / (Jumlah Skala Pengukuran)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk Makanan Pada Roti Gembong Gembul Bukit Raya

No	Indikator	Bobot	Kategori
1	Rasa	932	Sangat Setuju
2	Tekstur	905	Sangat Setuju
3	Aroma	884	Sangat Setuju
4	Warna	862	Sangat Setuju
5	Porsi	893	Sangat Setuju
6	Temperatur	804	Setuju
7	Bentuk	856	Sangat Setuju
8	Penyajian	938	Sangat Setuju
	Jumlah	7.074	Sangat Setuju

Berdasarkan tabel diatas, diketahui jumlah rekapitulasi tanggapan responden mengenai variabel kualitas produk makanan (X1) adalah sebesar 7.074 yang berada pada kategori sangat setuju.

Tabel 3. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Harga Pada Roti Gembong Gembul Bukit Raya

No	Indikator	Bobot	Kategori
1	Keterjangkauan harga	904	Sangat Setuju
2	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	899	Sangat Setuju
3	Kesesuaian harga dengan manfaat	873	Sangat Setuju
4	Harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga	847	Sangat Setuju
	Jumlah	Jumlah	3.523

Berdasarkan tabel diatas, diketahui jumlah rekapitulasi tanggapan responden mengenai variabel harga (X2) adalah sebesar 3.523 yang berada pada kategori sangat setuju.

Tabel 4. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian Pada Roti Gembong Gembul Bukit Raya

No	Indikator	Bobot	Kategori
1	Tujuan dalam membeli sebuah produk	837	Setuju
2	Pemrosesan informasi untuk sampai pemilihan produk	919	Sangat Setuju
3	Kemantapan pada sebuah produk	862	Sangat Setuju
4	Memberikan rekomendasi kepada orang lain	919	Sangat Setuju
5	Melakukan pembelian ulang	937	Sangat Setuju
	Jumlah	Jumlah	4.474

Berdasarkan tabel diatas, diketahui jumlah rekapitulasi tanggapan responden mengenai variabel keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 4.474 yang berada pada kategori sangat setuju.

Hasil Uji Analisis Data Pengujian Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk Makanan (X1), Harga (X2), dan Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Item	Corrected Correlations (r_{hitung})	Item Total	r_{tabel}	Keterangan Hasil
X1	X1.1	0,732		0,195	Valid
	X1.2	0,725		0,195	Valid
	X1.3	0,726		0,195	Valid
	X1.4	0,728		0,195	Valid

X2	X1.5	0,707	0,195	Valid
	X1.6	0,763	0,195	Valid
	X1.7	0,786	0,195	Valid
	X1.8	0,796	0,195	Valid
	X1.9	0,798	0,195	Valid
	X1.10	0,750	0,195	Valid
	X1.11	0,739	0,195	Valid
	X1.12	0,706	0,195	Valid
	X1.13	0,672	0,195	Valid
	X1.14	0,695	0,195	Valid
	X1.15	0,648	0,195	Valid
	X1.16	0,631	0,195	Valid
	X2.1	0,782	0,195	Valid
	X2.2	0,733	0,195	Valid
	X2.3	0,784	0,195	Valid
	X2.4	0,811	0,195	Valid
Y	X2.5	0,824	0,195	Valid
	X2.6	0,791	0,195	Valid
	X2.7	0,808	0,195	Valid
	X2.8	0,774	0,195	Valid
	Y.1	0,782	0,195	Valid
	Y.2	0,733	0,195	Valid
	Y.3	0,784	0,195	Valid
	Y.4	0,811	0,195	Valid
	Y.5	0,824	0,195	Valid
	Y.6	0,791	0,195	Valid
	Y.7	0,808	0,195	Valid
	Y.8	0,774	0,195	Valid
	Y.9	0,782	0,195	Valid
	Y.10	0,733	0,195	Valid

Dari tabel diatas dapat dilihat hasil pengamatan pada rhitung dengan ketentuan rtabel berdasarkan 100 responden dengan ketentuan nilai signifikan 0,05 adalah 0,195.

Uji Realibilitas

Instrumen Pengamatan dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Dan apabila nilai *Cronbach Alpha* < 0,60 maka instrumen pengamatan dikatakan tidak reliabel.

Tabel 6. Hasil Uji Relibialitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria Batas	Keterangan
Kualitas Produk Makanan (X1)	0,939	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,912	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,919	0,60	Reliabel

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi, nilai variabel pengganggu terdistribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji koefisien varians dengan ketentuan nilai koefisien varian lebih kecil dari 30%. Apabila nilai koefisien varians lebih kecil dari 30% maka data terdistribusi normal. Koefisien varian dapat dihitung dengan melihat nilai *output* pada bagian deskriptif statistik dengan rumus:

$$Koefesien Varians = \frac{Standar Deviaasi}{Mean} \times 100$$

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
TOTALX1	100	70.74	7.110
TOTALX2	100	35.23	4.161
TOTALLY	100	45.26	4.694
Valid N (listwise)	100		

Berdasarkan data diatas diperoleh nilai *koefisien varians* masing-masing variabel memiliki nilai 10.05, 11.81, dan 10.37 yang berarti nilai tersebut lebih kecil dari 30% sehingga dapat disimpulkan bahwa data kuesioner dalam penelitian ini terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas yaitu dengan melihat nilai tolerance dan VIF (Variant Inflation Factor) pada model regresi. Standar nilai VIF yang digunakan adalah 10.

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	16.946	3.902		4.343	.000		
	Kualitas Produk Makanan	.258	.076	.391	3.405	.001	.502	1.990
	Harga	.285	.130	.253	2.197	.030	.502	1.990

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dari data diatas diketahui bahwa nilai tolerance dari variabel kualitas produk makanan sebesar $0,502 > 0,10$ dan variabel harga sebesar $0,502 > 0,10$. Selanjutnya, untuk nilai VIF variabel X_1 sebesar $1,990 < 10,00$ dan variabel X_2 sebesar $1,990 < 10,00$. Maka dapat disimpulkan dari besar nilai tolerance dan nilai VIF dari kedua variabel tersebut tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Heterosdastisitas

Uji heterosdastisitas juga dapat dilakukan dengan uji koefisien korelasi Glejser Test yaitu meregresikan nilai absolute residual terhadap variabel independen. Tingkat signifikan yang digunakan 0,05 dengan uji dua sisi.

Tabel 9. Hasil Uji Heterosdastisitas Dengan Metode Glejser Test

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.904	2.353		3.360	.001
	Kualitas Produk Makanan	-.055	.046	-.170	-1.212	.228
	Harga	-.029	.078	-.053	-.375	.709

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan hasil uji Glejser Test diatas dapat dilihat nilai signifikan variabel kualitas produk makanan sebesar $0,228 > 0,05$ dan nilai signifikan variabel harga sebesar $0,709 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat heterosdastisitas dan regresi layak digunakan.

Uji Autokorekasi

Tabel 10. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b						
Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.597 ^a	.356	.343		3.804	1.952
a. Predictors: (Constant), Harga , Kualitas Produk Makanan						
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

Analisis Linear Berganda

Analisis linear berganda bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu: Kualitas Produk Makanan (X1), Harga (X2), terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y). Apakah masing-masing variabel berhubungan positif atau negatif. Hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada gambar berikut:

Tabel 11. Hasil Uji Linear Berganda

Coefficients^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	16.946	3.902		4.343	.000		
	Kualitas Produk Makanan	.258	.076	.391	3.405	.001	.502	1.990
	Harga	.285	.130	.253	2.197	.030	.502	1.990

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil output diatas, diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$\text{Keputusan Pembelian} = 16,946 + 0,258 + 0,285 + e$$

Dari persamaan regresi diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Berdasarkan persamaan diatas, nilai konstanta yang diperoleh sebesar 16,946 maka diartikan jika variabel independen bernilai 0 (konstan) maka variabel dependen bernilai 16,946.
- Nilai Koefisien Regresi Variabel Kualitas Produk Makanan (X1) bernilai positif yaitu 0,258 dan nilai signifikansi 0,001, maka dapat diartikan bahwa jika Variabel Kualitas Produk Makanan meningkat, maka Keputusan Pembelian pada Roti Gembong Gembul juga akan meningkat sebesar 0,258 dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan.
- Nilai Koefisien Regresi Variabel Harga (X2) bernilai positif yaitu 0,285 dan nilai signifikansi 0,030 maka dapat diartikan bahwa jika Variabel Harga meningkat, maka Keputusan Pembelian pada Roti Gembong Gembul juga akan meningkat sebesar 0,285 dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan.

Berdasarkan persamaan dan keterangan diatas diketahui bahwa variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel kualitas produk makanan sebesar 0,358 kemudian diikuti oleh variabel harga sebesar 0,285.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji-T)

Pengujian uji t dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian secara statistik dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} pada taraf signifikansi $5\% = 0,05$. Dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya kualitas produk makanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.
- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima yang artinya harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang artinya kualitas produk makanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_2 ditolak yang artinya harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Diketahui nilai t_{tabel} dengan jumlah sampel (n) sebanyak 100, jumlah variabel bebas (k) = 2, taraf signifikansi 0,05 atau 5%, dan *degree of freedom* (df) = $n - k - 1 = 100 - 2 - 1 = 97$. Berdasarkan t tabel maka didapatkan nilai t tabel = 1.660.

Tabel 12. Hasil Uji T

Coefficients^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	16.946	3.902		4.343
	Kualitas Produk Makanan	.258	.076	.391	3.405
	Harga	.285	.130	.253	2.197

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil yang diperoleh nilai t_{hitung} kualitas produk makanan (X_1) sebesar $3,405 > 1,660$ dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ hasil ini menunjukkan bahwa H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk Makanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Ini menggambarkan semakin tinggi kualitas produk makanan yang diberikan oleh Roti Gembong Gembul, semakin tinggi pula keputusan pembelian yang dilakukan konsumen. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Setiawan & Japariato (2012), dan Siti Reisa Salsabila (2023) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas makanan terhadap keputusan pembelian.

Sedangkan harga (X_2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar $2,197 > 1,660$ dan nilai signifikansi sebesar $0,030 < 0,05$ hasil ini menunjukkan bahwa H_2 diterima, Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa Harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini menggambarkan semakin tinggi harga produk makanan yang diberikan oleh Roti Gembong Gembul maka semakin besar kemungkinan konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian. Sehingga hasil ini relevan dengan Theory of Reasoned Action, karena konsumen memiliki persepsi mengenai harga yang tinggi menandakan kualitas yang tinggi sehingga membentuk sikap positif dan niat untuk melakukan pembelian. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Lestari & Yusuf (2019), (Enre dkk., 2020), Maulana (2021), Pesik dkk. (2024), Gunarsih dkk. (2021), yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji Simultan (Uji – F)

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel -variabel independen (X) secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen (Y). Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk makanan dan harga secara bersama-sama terhadap variabel keputusan pembelian, maka terlebih dahulu menentukan nilai f tabel dengan jumlah sampel (n) = 100, jumlah variabel (bebas + terikat) (k) = 3, taraf signifikan $\alpha = 0,05$ atau 5%, dan *degree of freedom* (df1) = $k - 1 = 3 - 1 = 2$ dan untuk (df2) = $n - k = 100 - 3 = 97$. Berdasarkan f tabel maka didapatkan nilai f tabel = 3,09. Nilai 0,05 adalah standar signifikan yang digunakan. Hasil pengujian F dengan bantuan SPSS dapat dilihat pada gambar *Output ANOVA* berikut :

Tabel 13. Hasil Uji F

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	777.352	2	388.676	26.855	.000 ^b
	Residual	1403.888	97	14.473		
	Total	2181.240	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga , Kualitas Produk Makanan

Berdasarkan hasil output diatas dapat dilihat nilai signifikansi pengaruh kualitas produk makanan (X_1) dan Harga (X_2) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $26,855 > 3,09$. Hal ini menunjukkan bahwa H_3 diterima, Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan Kualitas Produk Makanan (X_1) dan Harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Artinya semakin baik kualitas produk makanan dan semakin sesuai harga yang ditawarkan oleh Roti Gembong Gembul maka kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian semakin tinggi. Hasil ini

didukung oleh penelitian yang dilakukan Putri L.S. Pesik, *et.al*, 2024 dan Lestari dan Abdul Yusuf, 2022 hasil dari penelitian adalah kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel independen dengan kata lain digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Untuk melihat hasil output dari uji koefisien determinasi dengan bantuan SPSS, pada gambar dibawah :

Tabel 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				Std. Error of the Estimate
Model	R	R Square	Adjusted R Square	
1	.597 ^a	.356	.343	3.804
a. Predictors: (Constant), Harga , Kualitas Produk Makanan				

Berdasarkan hasil output analisis determinan didapatkan *Adjusted R Square* (koefisien determinasi) sebesar 0,343 atau 34,3%. Yang artinya variabel kualitas produk makanan (X1) dan harga (X2) sebesar 34,3% mempengaruhi variabel keputusan pembelian. Sedangkan sisanya (100% - 34,4% = 65,6%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan untuk nilai koefisien korelasi (R) variabel kualitas produk makanan dan harga terhadap keputusan pembelian Roti Gembong Gembul sebesar 0,597 atau 0,60. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas produk makanan dan harga terhadap keputusan pembelian Roti Gembong Gembul berada pada kategori Sedang..

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa kualitas produk makanan, harga, dan keputusan pembelian pada Roti Gembong Gembul Bukit Raya Pekanbaru sudah baik ini berdasarkan hasil jawaban responden. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Roti Gembong Gembul. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Roti Gembong Gembul. Dan secara simultan kualitas produk makanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Roti Gembong Gembul Bukit Raya Pekanbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Elisabeth, D. R., Nasir, A., & Suyono, J. (2019). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at Koperasi Karyawan PT. Lotus Indah Textile Industry. *IJEBD (International Journal Of Entrepreneurship And Business Development)*, 2(2), 172–178. <https://doi.org/10.29138/ijebd.v2i2.766>.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2020). *Perilaku Konsumen*. Binarupa Aksara.
- Enre, A. E., Hutagalung, D., Simbolon, H. A., & Ong, M. T. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian CV Obor Pematangsiantar. *Owner*, 4(1), 325. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i1.173>.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang . *Productivity*, 2(1), 69.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan (Pertama)*. Unitomo Press.
- Lisa, M., Marlizar, & Pristiwa, N. (2023). Pengaruh Food Quality, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kue Bhoi Makanan Khas Aceh (Studi Kasus Kue Bhoi Uci Mita Di Sibreh, Kecamatan, Sukamakmur Kabupaten Aceh Besar). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(6), 2858. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.1588>.

- Maulana, M. I. N. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Artfresh. *Performa*, 5(6), 512. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i6.1854>.
- Ningsih, D. D. S., & Maika, M. R. (2020). Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 694. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1464>.
- Pesik, P., Tampi, J. R. E., & Walangitan, O. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Roti Acong di Kawangkoan. *Productivity*, 5(2), 897–898. <https://doi.org/10.35797/ejp.v5i2.54789>.
- Setiawan, M. F., & Japariato, E. (2012). Analisis Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's Di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1, 6.
- Siti Reisa Salsabila. (2023). Analisis Kualitas Makanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Darjeeling Restaurant, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat. *SIMPATI*, 1(1), 32–43. <https://doi.org/10.59024/simpati.v1i1.61>.
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Performa*, 5(1), 64. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Administrasi* (A. Nuryanto, Ed.; 22 ed.). Alfabeta.
- Tampi, D., Soegoto, A. S., & Sumarauw, J. S. B. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada PT. Daya Adicipta Wisesa. *Jurnal Emba*, 4(1), 992.
- Tjiptono, F. (2023). *Startegi Pemasaran* (4 ed.). CV. Andi Offset.
- Ulandari, O. (2023). Efektivitas marketing mix 4P terhadap penjualan BUMDes “Sumber Rejeki” Desa Samir Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 185–187. <https://doi.org/10.37631/ebisma.v4i1.931>.