

## PENGARUH REVIEW KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CUSTOMER DAPUR AUFA (STUDI KASUS DAPUR AUFA)

Deva Sahara T.S.M<sup>1</sup>, Winda Octaviana<sup>2</sup>, Dindasari Sastrowardoyo<sup>3</sup>, I Made Bagus Dwiarta<sup>4</sup>, Dicky Surya Putra Pradana<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Email: [devasahara18@gmail.com](mailto:devasahara18@gmail.com)<sup>1</sup>, [windaoctaviana36@gmail.com](mailto:windaoctaviana36@gmail.com)<sup>2</sup>, [dindassw22@gmail.com](mailto:dindassw22@gmail.com)<sup>3</sup>, [madebagus@unipasby.ac.id](mailto:madebagus@unipasby.ac.id)<sup>4</sup>, [dicky.surya@unipasby.ac.id](mailto:dicky.surya@unipasby.ac.id)<sup>5</sup>

### Abstrak

Riset terdahulu atau riset yang relevan sangat penting dalam suatu riset atau artikel ilmiah, riset terdahulu atau riset yang relevan berfungsi untuk memperkuat teori dan fenomena hubungan atau pengaruh antar variabel. Artikel ini mereview Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa Review Konsumen dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Customer Dapur Aufa dengan total sampel sejumlah 72 responden yang diambil menggunakan Teknik *Random Sampling* dan data yang didapatkan berdasarkan pada kuisisioner melalui google form yang dibagikan kepada responden. Hasil dari penelitian ini adalah Review Konsumen (X1) Keputusan Pembelian (Y), dan Kualitas Produk (X2) Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y), dan dapat disimpulkan bahwa dua variable berpengaruh secara simultan pada Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci:** Review Konsumen, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian.

### Abstract

*Previous research or relevant research is very important in a research or scientific article, previous research or relevant research serves to strengthen the theory and phenomenon of the relationship or influence between variables. This article reviews This study aims to analyze Consumer Reviews and Product Quality on Purchasing Decisions at Dapur Aufa Customers with a total sample of 72 respondents taken using the Random Sampling Technique and the data obtained is based on a questionnaire via google form distributed to respondents. The results of this study are Consumer Reviews (X1) Purchasing Decisions (Y), and Product Quality (X2) Affect Purchasing Decisions (Y), and it can be concluded that the two variables have a simultaneous effect on Purchasing Decisions.*

**Keywords:** *Consumer Reviews, Product Quality, And Purchasing Decisions.*

## A. PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan sebuah bisnis yang merencanakan, mendistribusikan, dan mempromosikan barang dan jasa untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan (Kotler dan Amstrong, 2012:28). Di era globalisasi saat ini, banyak bisnis kuliner muncul yang sangat diminati oleh generasi millennial. Hal Ini karena industri kuliner adalah

sektor yang tidak pernah berhenti berkembang dan terus bermunculan dengan berbagai inovasi. Bisnis kuliner di Indonesia telah berkembang dengan pesat dalam persaingan industri makanan dan minuman (mamin) yang ada Indonesia berhasil mencatatkan pertumbuhan yang positif (kemenperin,2024). Salah satu makanan yang banyak diminati oleh masyarakat yang paling utama yaitu berbahan dasar mie dan pedas. Di Indonesia, mie dapat digunakan untuk membuat berbagai jenis makanan, mulai dari makanan khas daerah hingga dengan fitur unik. Bergantung pada kondisi saat ini, banyak mie siap saji dengan berbagai varian dan ide inovatif muncul (Istinawati dan Nurlinda,2024). Karena jumlah usaha yang meningkat, persaingan semakin ketat, pengusaha di bisnis kuliner ini dituntut untuk memberikan kepuasan konsumen.

Untuk menghadapi persaingan dalam pemasaran dan keadaan seperti itu, pengusaha harus memiliki metode alternatif dalam usahanya. Dengan demikian, mereka dapat terus berkembang dan bertahan dalam persaingan di pasar. Keberhasilan bisnis bergantung pada upaya perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. oleh karena itu pebisnis harus memperhatikan review konsumen dan kualitas produk untuk meningkatkan rasa kepercayaan pada keputusan pelanggan dalam membeli produk (Maimunah,2019).

Salah satu aspek yang paling berpengaruh dalam proses pengambilan keputusan pembelian adalah Review konsumen. Review ini, baik positif maupun negatif, memberikan gambaran yang jelas tentang pengalaman orang lain terhadap suatu produk tertentu, sehingga memengaruhi persepsi dan kepercayaan calon pembeli. Di Dapur Aufa, yang merupakan bisnis kuliner yang sedang berkembang, Review konsumen berfungsi sebagai alat pemasaran yang sangat efektif. Konsumen cenderung lebih memercayai rekomendasi dari sesama konsumen daripada iklan tradisional.

Selain itu, kualitas produk juga merupakan faktor penting yang tidak dapat diabaikan. Kualitas produk yang tinggi tidak hanya menciptakan kepuasan pelanggan tetapi juga berkontribusi pada loyalitas dan rekomendasi dari mulut ke mulut. Kualitas bahan baku, metode pengolahan, dan penyajian makanan merupakan elemen penting yang menentukan apakah konsumen akan kembali untuk melakukan pembelian lebih lanjut atau merekomendasikan produk kepada orang lain.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak Review konsumen dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Dapur Aufa. Dengan menggunakan metode survei dan

analisis data, penelitian ini akan mengidentifikasi sejauh mana kedua faktor ini berkontribusi dalam membentuk perilaku konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan berharga bagi manajemen Dapur Aufa dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, serta meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan. Dengan demikian, Dapur Aufa tidak hanya dapat menarik lebih banyak pelanggan, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dengan konsumen.

## B. METODE PENELITIAN

Penelitian berikut memakai penelitian kuantitatif di mana untuk menggali sebuah informasi berwujud angka yang berperan sebagai media guna menentukan suatu penjelasan tentang apakah informasi yang sudah didapatkan. Peneliti mengumpulkan Data melalui sebar kuisisioner dengan memberikan pertanyaan kepada responden melalui googleform, Adapun populasi pada peneliti berikut yakni keseluruhan Pelanggan Dapur Aufa berjumlah 72 pelanggan, Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik *pengambilan Random Sampling*, Teknik pengumpulan data memanfaatkan kuisisioner, kemudian analisis data yang dilakukan menggunakan uji instrument, uji asumsi klasik, analisis linear berganda, dan uji hipotesis dengan uji t dan uji f yang akan dianalisis melalui penggunaan aplikasi SPSS.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengujian Instrumen

#### Uji Validitas

Validitas berkaitan dengan permasalahan apakah instrument yang digunakan dapat mengukur sesuatu secara tepat jadi alat ukur tersebut benar-benar dapat menjadi instrument pengukuran yang menunjukkan realita sebenarnya (Machali, 2021)

Berdasarkan uji validitas hasil yang diperoleh dari 72 responden, dapat dijelaskan setiap variable memiliki nilai signifikan ( $\leq 0,03$ ), dengan demikian keseluruhan item (39 item) yang ada ialah valid.

bisa disimpulkan jika seluruh nilai r hitung semakin tinggi dari r tabel, sehingga seluruh data dapat dikatakan *valid*.

#### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuisisioner yang mana merupakan variabelnya. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau dapat dipercaya jika jawaban

seseorang terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut konsisten atau stabil sepanjang waktu, tanggapan responden terhadap pernyataan ini dianggap reliabel jika masing-masing pertanyaan mengukur isi yang sama. Temuan uji reliabilitas, untuk mengukur reliabilitas biasanya dibuat pengujian melalui melihat nilai *Cronbach's Alpha* dan instrumennya sanggup dibilang reliabel saat nilai Cronbach's Alpha  $> 0,60$  (Machali,2021;105).

Berdasarkan dari tabel tersebut, dilihat bahwa nilai koefisien reliabilitas alpha cronbach's alpha lebih dari 0,60 sesuai taraf signifikansi, Dapat dinyatakan bahasanya seluruh variable Reliabel.

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk memeriksa apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal atau tidak, untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan menggunakan uji statistik kolmogorov-smirnov dan analisis grafik (Ghozali, 2018:161) Temuan uji normalitas, yaitu :

Dari tabel diatas bisa diamati bahwasanya hasil uji normalitas yakni nilai sig.  $0,200 \geq 0,05$ , sehingga terdapat sebuah kesimpulan bahwasanya nilai residual dalam penelitian ini mempunyai distribusi yang normal.

### Uji Multikolinieritas

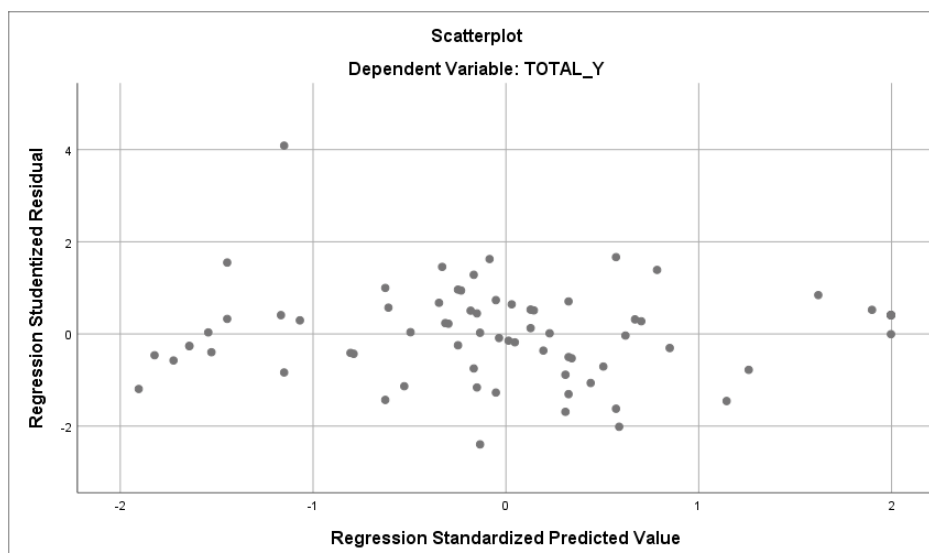
Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Uji ini dilakukan dengan melihat Tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor).

Nilai VIF bagi variable Review Konsumen dan variable Kualitas Produk sebesar 2,362. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwasanya nilai VIF untuk seluruh variable lebih kecil dari ( $VIF < 10$ ) bisa terdapat sebuah kesimpulan bahwasanya tak terdapat gejala multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara melihat tidak terjadi uji heteroskedastisitas adalah titik-titik menyebar

secara acak, tidak membentuk sebuah pola, serta tersebar baik diatas atau dibawah angka 0 pada sumbu Y. Temuan uji heteroskedastisitas, yaitu:



Sumber: Pengujian SPSS 25

Berdasarkan Grafik tersebut, titik tak menggambarkan suatu pola serta tak ada pada daerah 0, tersebar rata yang maknanya tak terdapat heterokedastisitas.

## Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. temuan uji autokorelasii, uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai dari DW yang didapatkan adalah 2.245 di mana nilai itu lebih banyak dari du 1,6751 dan juga lebih sedikit dari 2,3249 yang artinya tidak terdapat gejala autokorelasi.

## Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk mempermudah perhitunganya menggunakan bantuan program IBM SPSS version 25 sehingga diperoleh hasil sebagai berikut :

$$Y = 7,449 + 0,518 X_1 + 0,273 X_2 + e$$

Dari hasil persamaan diatas, sehingga bisa dipaparkan seperti :

- a. Nilai konstanta (a) sebesar 7,449, artinya apabila variabel Review Konsumen (X1), Kualitas Produk (X2), nilainya 0 maka Kompetensi Kerja sebesar 7,449
- b. Nilai koefisien regresi variabel Review Konsumen (X1), sebesar 0,518, artinya bahwa setiap kenaikan atau penambahan satu-satuan Review Konsumen (X1) akan mengakibatkan meningkatnya nilai Kompetensi Kerja (Y) sebesar 0,518, sebaliknya jika mengalami penurunan maka nilai Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,124.
- c. Nilai koefisien regresi Variabel Kualitas Produk (X2) sebesar 0,273, artinya bahwa setiap kenaikan atau penambahan satu-satuan Kualitas Produk (X2) akan mengakibatkan meningkatnya nilai Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,273, sebaliknya jika mengalami penurunan maka nilai Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,112.
- d. Nilai e berdasarkan dari tabel Koefisien Dterminasi hasil R Square Review Konsumen (X1) dan Kualitas Produk (X2) yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). memiliki besaran varian atas pengaruh variabel adalah sebesar 0,571 atau 57,1% dan sisanya 42,9% dijelaskan oleh variabel lain atau dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model konseptual untuk dianalisis atau tidak ikut dalam model analisis yang diteliti yaitu standart eror (e).

## Interprestasi Koefisien Korelasi

- 1) Nilai Korelasi variabel Review Konsumen (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) yaitu sebesar 0,731. Sehingga dirumuskan  $(r_{x_1y})^2 = (0,731)^2 = 0,534$ . Maknanya pengaruh X1 terhadap Y sebesar 53,4%
- 2) Nilai Korelasi variabel Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) yaitu sebesar 0,680. Sehingga dirumuskan  $(r_{x_2y})^2 = (0,680)^2 = 0,462$ . Maknanya pengaruh X2 Terhadap Y sebesar 46,2%.
- 3) Nilai R Square 0,571 yang maknanya ada 57,1% variabel yang memberikan pengaruh kepada variabel Y yang telah diteliti, serta ada 42,9% variabel lainnya yang tidak diteliti tetapi memberikan pengaruh kepda variabel Y.

## Uji Hipotesis

### Uji t ( Parsial)

Uji t merupakan uji statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018:98) Dalam pengujian hipotesis ini dilakukan untuk menguji hipotesis yang berbunyi pengaruh Review Konsumen terhadap Keputusan Pembelian, pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, dan Review Konsumen dan Keputusan Pembelian terhadap Keputusan Pembelian pelanggan Dapur Aufa. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan nilai alpha (0,05). yaitu :

1. Untuk variabel Review Konsumen ( $X_1$ ) nilai sig. . 0,000 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya variabel Review Konsumen ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).
2. Untuk variable Kualitas Produk ( $X_2$ ) nilai sig 0,018 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

### Uji F (uji simultan)

Uji F statistik dilakukan untuk menunjukkan apakah seluruh variabel independen yang dimasukkan dalam model mempengaruhi variabel dependen secara simultan (ghozali, 2018:98) Pada uji F dilakukan pada tingkat kepercayaan sebesar 95% atau 0,05 dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika signifikansi > 0,05 maka  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima.
- b. Jika signifikansi < 0,05 maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

Berikut adalah hasil pengujian dalam penelitian ini :

dapat diketahui tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya bahwa variabel Review Konsumen ( $X_1$ ), dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) secara Bersama-sama berpengaruh atau simultan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

## D. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Review Konsumen berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Dapur Aufa, hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan,

sehingga hipotesis data dapat diterima dan terbukti kebenarannya. Dapat dilihat melalui tabel Koefisien Dterminasi. Sehingga H1 dapat diterima dan terbukti kebenarannya.

2. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Dapur Aufa, hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan, sehingga hipotesis data dapat diterima dan terbukti kebenarannya. Dapat dilihat melalui tabel Koefisien Dterminasi. Sehingga H2 dapat diterima dan terbukti kebenarannya.
3. Review Konsumen dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Dapur Aufa hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan, sehingga hipotesis data dapat diterima dan terbukti kebenarannya. Dapat dilihat melalui tabel Koefisien Dterminasi. Sehingga H3 dapat diterima dan terbukti kebenarannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adha, R. N., Qomariah, N., & Hafidzi, A. H. (2019). Pengaruh Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja, Budaya Kerja Terhadap. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 4(1), 47–62. [http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PENELITIAN\\_IPTEKS/article/view/2109/1736](http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PENELITIAN_IPTEKS/article/view/2109/1736)
- Adi, Djoko, dkk . (2016) . Metodologi Penelitian Kuantitatif Sosial, Bisnis, dan Ekonomi , Unesa *University Press* [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=didik+subijantoro&btnG=#d=gs\\_qabs&t=1733282818699&u=%23p%3DZj3ZDCJPNAwJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=didik+subijantoro&btnG=#d=gs_qabs&t=1733282818699&u=%23p%3DZj3ZDCJPNAwJ)
- Fikri, Nur, dkk, (2022), Literature Review Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen : Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Pembeli. [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Literature+review+faktor-faktor+yang+mempengaruhi+perilaku+konsumen%3A+harga%2C+kualitas+produk+dan+kepuasan+pembeli&btnG=#d=gs\\_qabs&t=1749235614416&u=%23p%3DOCMiUkWKiS8J](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Literature+review+faktor-faktor+yang+mempengaruhi+perilaku+konsumen%3A+harga%2C+kualitas+produk+dan+kepuasan+pembeli&btnG=#d=gs_qabs&t=1749235614416&u=%23p%3DOCMiUkWKiS8J)
- Ghozali. (2018a). aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS. Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hafdzi Dkk, H. (2019). *No Title.* <https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/value/article/download/5633/4287>
- Hutahae. (2022). pengaruh gaya kepemimpinan demokratis dan motivasi kerja terhadap kinerja pegawai kantor kementrian agama kabupaten mamuju. *Ilmia Ilmu Manajemen.*
- Ichsan, Msyita, dkk, (2018), Pengaruh Consumer Online Rating and Review terhadap Minat Beli Konsumen pada Marketplace Tokopedia di Wilayah DKI Jakarta [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=ISSN+%3A+2355-9357+e](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=ISSN+%3A+2355-9357+e)  
Proceeding+of+Management+%3A+Vol.5%2C+No.2+Agustus+2018+%7C+Page+1828+PENGARUH+CONSUMER+ONLINE+RATING+AND+REVIEW+TERHADAP+MINAT+BELI+KONSUMEN+PADA+MARKETPLACE+TOKOPEDIA+DI+WILAYAH+DKI+JAKARTA&btnG=#d=gs\_qabs&t=1749347490611&u=%23p%3DaSBSXxDvnM0J
- Kartina Muliasari, & Sari Andayani. (2023). Pengaruh Pengalaman Magang, Kompetensi Mahasiswa Dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Menjadi Akuntan Publik. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 245–259. <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v1i3.658>
- Kotller & Keller, 2012. Marketing management, Edisi ke 14 th Jakarta : Indeks.
- Kohar Abdul, dkk, (2022) . Literature Review Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen pada Smartphone Harga dan Promosi [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=LITERATURE+REVIEW+KEPUTUSAN+PEMBELIAN+DAN+MINAT+BELI+KONSUMEN+PADA+SMARTPHONE%3A+HARGA+DAN+PROMOSI&btnG=-d=gs\\_qabs&t=1749235575509&u=%23p%3DkHgAu4J05xkJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=LITERATURE+REVIEW+KEPUTUSAN+PEMBELIAN+DAN+MINAT+BELI+KONSUMEN+PADA+SMARTPHONE%3A+HARGA+DAN+PROMOSI&btnG=-d=gs_qabs&t=1749235575509&u=%23p%3DkHgAu4J05xkJ)
- Machali, I. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif in Laboratorium Penelitian dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur. <https://Digilib.Uinsuka.Ac.Id/Id/Eprint/50344/1/MetodePenelitianKuantitatif>, April.
- Marhaeni, K. . (2022). Pengaruh Pengalaman Kerja dan Karakteristik Individu. Universitas Mahassaraswati Denpasar. <https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/value/article/download/5633/4287>

- Mita istinawati, R.A Nurlinda. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i2.750>
- Muhammad Abdan Nur, Difi Dahliana. (2023). Pengaruh Customer Review dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim SHope di Banjarmasin Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9(02), 2023, 1797-1805. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>.