

## PENGARUH HARGA DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MY FORTUNES BAKERY CABANG MUTIARA PALACE MEDAN PADA APLIKASI GRABFOOD

Annisa Putri Larasandy<sup>1</sup>, Khafi Puddin<sup>2</sup>

[annisalarasandy0307@gmail.com](mailto:annisalarasandy0307@gmail.com)<sup>1</sup>, [khafipuddinsemsi9@gmail.com](mailto:khafipuddinsemsi9@gmail.com)<sup>2</sup>.

Universitas Negeri Medan

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan online customer review terhadap keputusan pembelian produk My Fortunes Bakery Cabang Mutiara Palace Medan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen My Fortunes Bakery Cabang Mutiara Palace dan mendapatkan sampel sebanyak 100 sampel. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan software SPSS versi 25. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa variabel Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, variabel Online Customer Review tidak berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Kemudian Harga dan Online Customer berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci:** Harga, Online Customer Review dan Keputusan Pembelian.

### ABSTRACT

*This research aims to determine the influence of price and online customer reviews on purchasing decisions for My Fortunes Bakery products, Mutiara Palace Medan Branch. The type of research used is quantitative research with a sampling technique, namely purposive sampling. The population used in this research was consumers of My Fortunes Bakery Mutiara Palace Branch and a sample of 100 samples was obtained. Data processing in this research used SPSS version 25 software. Based on the research results, it was found that the Price variable had a positive effect on Purchasing Decisions, the Online Customer Review variable did not have a positive effect on Purchasing Decisions. Then Price and Online Customer have a positive and significant effect on Purchasing Decisions.*

**Keywords:** Price, Online Customer Reviews and Purchase Decisions.

### PENDAHULUAN

Di era digitalisasi saat ini teknologi berkembang semakin pesat, untuk memudahkan segala aktifitas di dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu peran teknologi adalah perkembangan internet yang saat ini banyak dimanfaatkan oleh para pelaku usaha untuk menjalankan bisnisnya. Saat ini banyak pelaku usaha baik usaha jasa ataupun dagang yang memanfaatkan teknologi untuk bisnis E-commerce jenis online ataupun offline untuk memasarkan produknya. Salah satu teknologi di bidang layanan jasa saat ini yang sering digunakan oleh masyarakat adalah layanan pesan-antar makanan.

Persepsi harga produk atau jasa oleh setiap konsumen belum tentu sama. Hal tersebut disebabkan oleh perbedaan persepsi lingkungan dan kondisi kehidupan setiap konsumen. Jika konsumen menilai harga tidak sebanding dengan kualitas, maka yang muncul adalah persepsi harga mahal. Semakin kurang baik persepsi konsumen akan harga, maka semakin rendah keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan persepsi harga yang baik terhadap produk atau jasa yang ditawarkan dengan cara memaksimalkan penetapan harga produk atau jasa karena keputusan mengenai penetapan harga menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan atau kegagalan perusahaan.

Persepsi harga yang baik akan mendorong tingginya tingkat keputusan pembelian terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara sementara yang dilakukan oleh peneliti mengenai perbedaan harga pada aplikasi grabfood dan toko langsung My Fortunes Bakery Medan bahwa harga aplikasi dan toko langsung cukup berbeda. Harga di aplikasi grabfood tergolong mahal dibandingkan harga toko langsung. Namun pihak toko memberikan potongan harga di aplikasi pada beberapa produk sehingga konsumen lebih memilih untuk membeli di aplikasi grabfood dikarenakan harga My Fortunes Bakery Medan pada aplikasi grabfood lebih terjangkau dibandingkan konsumen membeli produk secara langsung di toko My Fortunes Bakery Medan.

Pemasaran melalui internet memiliki kekurangan dimana konsumen tidak dapat memeriksa barang secara langsung seperti yang dapat mereka lakukan ditoko. Hal ini memberikan kecemasan tersendiri bagi pembeli dalam mengambil keputusan untuk menentukan produk mana yang akan mereka beli. Karena hal itu, konsumen akan selalu mencari informasi melalui berbagai cara untuk mengetahui spesifikasi, kelebihan dan kekurangan dari produk yang akan mereka beli. Untuk mengurangi kecemasan tersebut, Garbfood menghadirkan fitur ulasan atau online customer review. Online customer review atau ulasan produk adalah komentar berupa kata atau gambar yang diberikan oleh konsumen setelah barang yang dibeli sampai pada tangan konsumen. Dengan adanya online customer review, para pembeli online dapat memperoleh keterangan atau informasi tentang produk yang akan mereka beli melalui ulasan dari pembeli produk sebelumnya.

Tabel 1 Hasil Pra Survey Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Grabfood Toko My Fortunes Bakery Cabang Mutiara Palace Medan.

No	Pernyataan (Y) Keputusan Pembelian	Tanggapan				Jumlah
		YA	%	TIDAK	%	
1.	Konsumen membeli produk My Fortunes karena adanya kemantapan dalam sebuah produk	10	33,3%	20	66,6%	30
2.	Konsumen merekomendasikan produk My Fortunes Bakery Medan kepada orang lain	11	36,6%	19	63,3%	30
3.	Konsumen akan melakukan pembelian ulang produk My Fortunes Bakery Medan.	9	30%	21	70%	30
4.	Konsumen sudah terbiasa membeli produk di My Fortunes bakery medan	7	23,3%	23	76,6%	30

Sumber :Pnelitian Awal Oleh Peneliti

Berdasarkan tabel 1 peneliti mengamati bahwa mayoritas responden memilih jawaban Tidak. Dikerenakan konsumen tidak puas terhadap produk yang ditawarkan oleh toko

sehingga konsumen tidak setuju untuk pembelian ulang pada produk My Fortunes Bakery Medan dan konsumen lebih tertarik membeli produk di toko bakery lain yang sejenisnya.. Kemudian responden menyatakan bahwa konsumen tidak setuju untuk merekomendasikan kepada orang lain.

Tabel 2 Hasil Pra Survey Harga Pada Aplikasi Grabfood Toko My Fortunes Bakery Cabang Mutiara Palace Medan.

No	Pernyataan (X1) Harga	Tanggapan				Jumlah
		YA	%	TIDAK	%	
1.	Harga pada aplikasi grabfood sesuai dengan kualitas makanan.	11	36,3%	19	63,3%	30
2.	Konsumen membeli produk My Fortunes Bakery Medan melalui aplikasi grabfood karena harga lebih terjangkau.	13	43,3%	17	56,6%	30
3.	Harga My Fortunes Bakery Medan dapat bersaing dengan produk bakery lain nya .	15	50%	15	50%	30
4.	Konsumen membeli produk melalui aplikasi grabfood karena mendapatkan gratis ongkir dan diskon dari pihak toko.	16	53,3%	14	46,6%	30

*Sumber :Penelitian Awal Oleh Peneliti*

Berdasarkan tabel 2 peneliti mengamati bahwa persentase responden yang memilih Tidak, yang berarti bahwa harga pada aplikasi grabfood tidak sesuai dengan kualitas makanan. Harga pada aplikasi lebih terjangkau dibanding harga toko langsung. Kemudian harga jual produk My Fortunes Bakery Medan ketika pembelian secara langsung ke toko cukup mahal dikarenakan pembelian langsung tidak mendapatkan potongan harga sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk melalui aplikasi karena harga lebih terjangkau atau konsumen membeli produk bakery lain yang lebih terjangkau tetapi kualitasnya terbaik.

Tabel 3 Hasil Pra Survey Online Customer Review Pada Aplikasi Grabfood Toko My Fortunes Bakery Cabang Mutiara Palace Medan.

No	Pernyataan (X2) <i>Online Customer Review</i>	Tanggapan				Jumlah
		YA	%	TIDAK	%	
1.	Online customer review pada Grabfood memberikan gambaran	16	53,3%	14	46,6%	30

	yang lengkap mengenai produk secara keseluruhan					
2.	Konsumen akan membeli produk My Fortunes Bakery Medan melalui aplikasi grabfood setelah melihat review –review yang diberikan konsumen sebelumnya.	10	33,3%	20	66,6%	30
3.	Review pada aplikasi Grabfood membantu menentukan pilihan pembelian	14	46,6%	16	53,3%	30
4.	Review yang diberikan konsumen lain membantu saya terhindar dari penipuan online	20	66,6%	10	33,3%	30

*Sumber :Penelitian Awal Oleh Peneliti*

Berdasarkan tabel 3 peneliti mengamati bahwa, persentase responden yang memilih Tidak. Ketika calon konsumen setelah membaca review konsumen sebelumnya calon konsumen masih mempertimbangkan untuk membeli produk di toko My Fortunes Bakery Medan. Review yang diberikan oleh konsumen sebelumnya cukup membantu untuk memberikan gambaran mengenai produk secara keseluruhan agar calon konsumen terhindar dari penipuan online dan produk yang mereka terima atau yang mereka pesan sudah sesuai dan sesuai dengan ekspektasi konsumen. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk My Fortsuner Bakery Cabang Mutiara Palace Medan Pada Aplikasi Grabfood”.

## **METODOLOGI**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menggunakan alat uji statistic dengan menggunakan uji validitas program SPSS 25. Penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Harga (X1) dan Online Customer Review (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Produk My Fortunes Bakery Cabang Mutiara Palace Medan Pada Aplikasi Grabfood.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Deskripsi Responden**

Tabel 1 Deskripsi Karakteristik Responden

<b>Karakteristik</b>		<b>Frekuensi</b>	<b>Persen (%)</b>
Jenis Kelamin	Pria	43	43%
	Wanita	57	57%
Usia	< 18 tahun	-	-

	18 – 24 tahun	53	53%
	25 – 30 tahun	35	35%
	> 30 tahun	12	12%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	73	72%
	Karyawan Swasta	12	12%
	Guru/Dosen	6	6%
	Wiraswasta	9	9%

*Sumber : Data primer diolah 2024*

Tabel 1 menunjukkan deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Berdasarkan data 100 responden maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yaitu berjenis kelamin wanita sejumlah 57 responden (57%), Mayoritas Usia sejumlah 53 responden (53%). Mayoritas pekerjaan yaitu sebagai pelajar/mahasiswa dengan jumlah 73 responden (73%).

### Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

#### Uji Validitas

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Indikator	r hitung	r tabel	Validitas
Harga	0,742	0,361	Valid
	0,832	0,361	Valid
	0,766	0,361	Valid
	0,864	0,361	Valid
	0,738	0,361	Valid
	0,648	0,361	Valid
	0,869	0,361	Valid
	0,825	0,361	Valid
Online Customer Review	0,808	0,361	Valid
	0,808	0,361	Valid
	0,777	0,361	Valid
	0,872	0,361	Valid
	0,832	0,361	Valid
	0,832	0,361	Valid
	0,839	0,361	Valid
	0,854	0,361	Valid
Keputusan Pembelian	0,874	0,361	Valid
	0,856	0,361	Valid
	0,770	0,361	Valid
	0,609	0,361	Valid
	0,853	0,361	Valid
	0,666	0,361	Valid
	0,833	0,361	Valid
	0,654	0,361	Valid
0,832	0,361	Valid	
0,898	0,361	Valid	

*Sumber : Data primer diolah 2024*

Tabel 2 menunjukkan hasil uji validitas dari variabel Harga (X1), Online Customer Review (X2), dan Keputusan Pembelian (Y). Dari seluruh indikator yang digunakan memiliki nilai Rhitung > Rtabel. Dimana nilai Rtabel didapatkan yaitu 0,361. Sehingga

dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dinyatakan valid.

**Uji Reabilitas**

Tabel 3 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reanilitas	Keterangan
Harga	0,903	0,60	Reliabel
Online Customer Review	0,951	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,881	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer diolah 2024

Tabel 3 menunjukkan hasil uji reabilitas dari variabel Harga (X1), Online Customer Review (X2) dan Keputusan Pembelian (Y). Dari seluruh indikator yang digunakan memiliki nilai cronbach alpha > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel.

**Hasil Uji Asumsi Klasik**

a. Uji Normalitas

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.56012767
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.044
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Data primer diolah 2024

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) yaitu 0,200. Berarti nilai Asymp. Sig (2-tailed) > 0,05 yaitu 0,200 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data residual telah terdistribusi dengan normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas

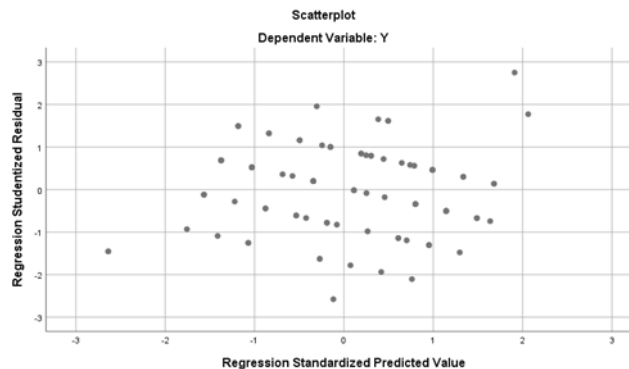
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga	0,995	1,005	Tidak terjadi gejala multikolinearitas

Online Customer Review	0,995	1,005	Tidak terjadi gejala multikolinearitas
------------------------	-------	-------	--

Sumber : Data pimer diolah 2024

Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai tolerance untuk variabel Harga sebesar 0,995 dan Online Customer Review sebesar 0,995. Artinya masih  $> 0,10$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antara variabel independent. Adapun VIF untuk variabel harga sebesar 1,005 dan variabel online customer review sebesar 1,005. Artinya masih  $< 10,00$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1 Scatterplot Regression

Gambar 1 diatas terlihat bahwa tidak terdapat pola yang jelas, menyebar di bawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.643	1.391		19.153	.000
	H	.497	.091	.405	5.466	.000
	OCR	-.080	.011	-.527	-7.113	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data primer diolah 2024

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi harga (0,497) dan online customer review (-0,080), karena  $0,497 > (-0,080)$  maka harga merupakan variabel yang dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

**Hasil Uji Hipotesis**

a. Uji Parsial (Uji T)

Tabe 7 Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.643	1.391		19.153	.000

	Harga	.497	.091	.405	5.466	.000
	Online Customer Review	-.080	.011	-.527	-7.113	.000
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

Sumber : Data primer diolah 2024

Tabel 7 menunjukkan bahwa Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Diperoleh nilai thitung 5,466 > ttabel sebesar 1,984, maka H0 di tolak dan H1 diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga dengan Keputusan Pembelian, dibuktikan dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dan diperoleh nilai thitung -7,113 > ttabel sebesar 1,984, maka H0 diterima dan H2 ditolak. Artinya, tidak terdapat pengaruh positif tetapi signifikan antara Online Customer Review dengan Keputusan Pembelian, dibuktikan dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

b. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 8 Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27.598	2	13.799	43.093	.000 <sup>b</sup>
	Residual	31.061	97	.320		
	Total	58.658	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Harga, Online Customer Review						

Sumber : Data primer diolah 2024

Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai Fhitung sebesar 43,093 Fhitung > 3,09 maka H0 ditolak dan H3 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Harga dan Online Customer Review berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

c. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.686 <sup>a</sup>	.470	.460	.56587
a. Predictors: (Constant), Harga, Online Customer Review				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

Sumber : Data primer diolah 2024

Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai R-Square untuk koefisien determinasi yaitu sebesar 0,470. Hal ini menunjukkan bahwa R-Square variabel independent mampu menjelaskan sebesar 47% terhadap pengaruh dependen. Sedangkan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini mempengaruhi sebesar 53%.

## KESIMPULAN

Berasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini yaitu :

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Online Customer Review tidak berpengaruh positif tetapi signifikan terhadap keputusan



- pembelian
3. Harga dan Online Customer Review berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

#### **Saran**

Berdasarkan hasil analisis penelitian serta kesimpulan yang diperoleh, maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut :

1. Bagi pemilik Usaha

My Fortunes Bakery Medan untuk meningkatkan mutu serta kualitas produk untuk menghilangkan keraguan konsumen dan produk My Fortunes Bakery Medan di beli oleh konsumen.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk menyempurnakan penelitian ini, maka disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini tentang keputusan pembelian. Sehingga terdapat perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian yang akan datang.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Afrizal dan Fithriawan. (2022). The Effect of Promotion, Price, And Brand Image on Purchase Decisions on E-commerce Shopee In Pangkalpinang City. *International Journal of Economics, Bussiness and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(3).
- Dzulqarnain, Iskandar. 2019. Pengaruh Filtur Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
- Kotler & Amstrong. (2017). Prinsip Pemasaran, Edisi pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler & Amstrong. (2018). Prinsip-Prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Jakarta: Salemba Empat.
- Sri Rezeki, & Ninie. (2019). Pengaruh Harga, Online Customer Review Dan Fasilitas Terhadap Tingkat Hunian Di Pt. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya : Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 1–12.