

**PENGARUH KELOMPOK REFERENSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN JEPANG
DI JOFFI RAMEN SINGARAJA**

Oleh

Ni Komang Diah Septiani, NIM 2117041016

Jurusan S1 Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kelompok referensi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian makanan Jepang di Joffi Ramen Singaraja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kausal untuk mengetahui hubungan sebab akibat antar variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian di Joffi Ramen Singaraja. Sampel penelitian berjumlah 120 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria tertentu. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa rekomendasi dari teman, keluarga, maupun lingkungan sosial memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan konsumen. Selain itu, kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk Joffi Ramen yang telah dinilai baik oleh konsumen, terutama dari segi rasa, penyajian, dan kesesuaian dengan ekspektasi, menjadi faktor utama dalam mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Secara simultan, kelompok referensi dan kualitas produk terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Implikasi dari penelitian ini adalah manajemen Joffi Ramen Singaraja perlu terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk yang sudah baik agar tetap sesuai dengan harapan pelanggan. Selain itu, strategi pemasaran berbasis kelompok referensi, seperti memanfaatkan rekomendasi pelanggan dan word of mouth, perlu diperkuat untuk meningkatkan keputusan pembelian dan loyalitas konsumen di tengah persaingan industri kuliner yang semakin kompetitif.

Kata-kata kunci: kelompok referensi, kualitas produk, keputusan pembelian

***THE INFLUENCE OF REFERENCE GROUPS AND PRODUCT QUALITY ON
JAPANESE FOOD PURCHASE DECISIONS
AT JOFFI RAMEN SINGARAJA***

By

Ni Komang Diah Septiani, Student ID 2117041016,

Bachelor of Management Program

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of reference groups and product quality on Japanese food purchase decisions at Joffi Ramen Singaraja. A quantitative approach with a causal research design was employed to determine the cause-and-effect relationships between the variables. The population consisted of all consumers who had made a purchase at Joffi Ramen Singaraja. The sample comprised 120 respondents selected using a purposive sampling technique based on specific criteria. Data were collected via questionnaires, and the analysis utilized multiple linear regression with the aid of SPSS software. The results indicate that reference groups have a positive and significant influence on purchase decisions, demonstrating that recommendations from friends, family, and social circles play a crucial role in shaping consumer choices. Furthermore, product quality also has a positive and significant impact on purchase decisions. Joffi Ramen's product quality rated highly by consumers, particularly regarding taste, presentation, and alignment with expectations serves as a primary factor driving purchase decisions. Simultaneously, reference groups and product quality were found to have a significant influence on purchase decisions. The study implies that Joffi Ramen Singaraja management should maintain and enhance its already high product quality to continue meeting customer expectations. Additionally, marketing strategies leveraging reference groups such as utilizing customer recommendations and word-of-mouth—should be strengthened to boost purchase decisions and consumer loyalty amidst increasingly fierce competition in the culinary industry.

Keywords: reference groups, product quality, purchase decisions