



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA USAHA
AMH GORDEN DAN WALLPAPER DI KOTA MALANG.**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

Ahmad Maulana Haris

21801081299



**UNIVERSITAS ISLAM
MALANG FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS
MALANG**

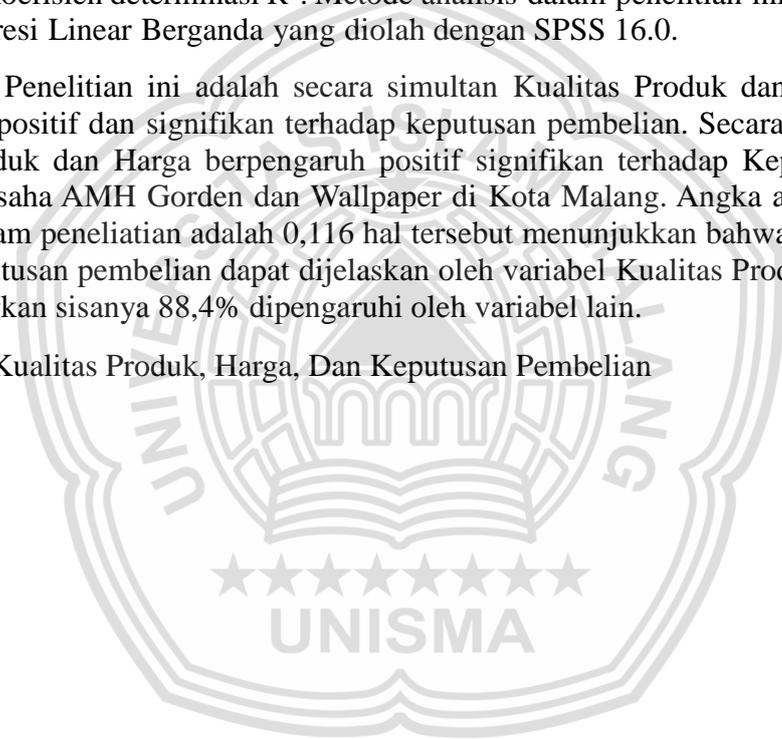
2022

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Usaha AMH Gorden dan Wallpaper di Kota Malang. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuisioner yang disebarakan secara langsung di Kota Malang dengan jumlah sampel sebanyak 75 responden. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk dan Harga sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian. Adapun tahapan-tahapan pengujiannya adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji analisis regresi linear berganda, uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi R^2 . Metode analisis dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linear Berganda yang diolah dengan SPSS 16.0.

Hasil Penelitian ini adalah secara simultan Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian Usaha AMH Gorden dan Wallpaper di Kota Malang. Angka adjusted R Square dalam penelitian adalah 0,116 hal tersebut menunjukkan bahwa 11,6% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Produk dan Harga sedangkan sisanya 88,4% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci :Kualitas Produk, Harga, Dan Keputusan Pembelian

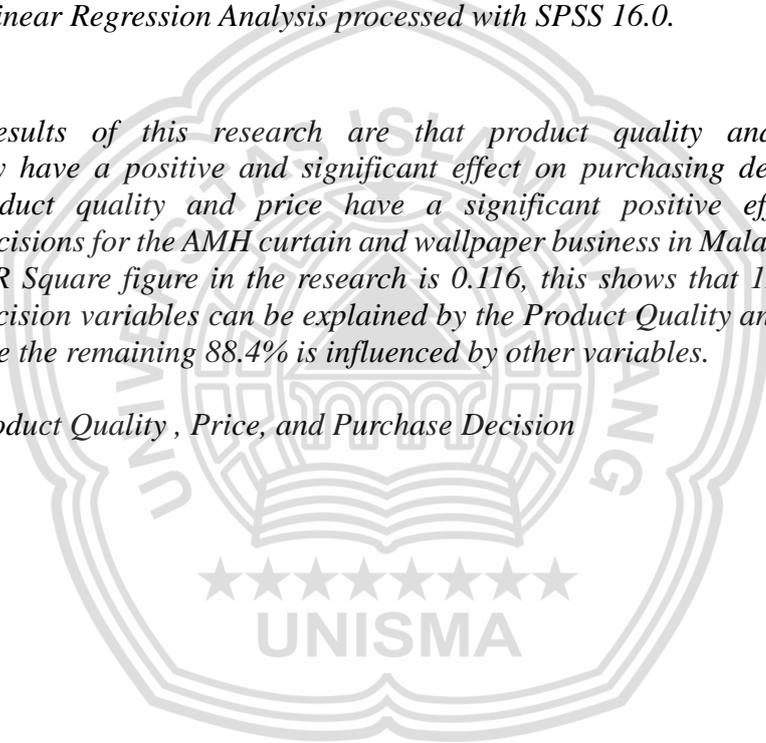


ABSTRACT

This research aims to determine the influence of product quality and price on purchasing decisions for the AMH curtain and wallpaper business in Malang City. The data collection method used in this research used a questionnaire distributed directly in Malang City with a sample size of 75 respondents. The independent variables in this research are Product Quality and Price, while the dependent variable in this research is Purchasing Decisions. The testing stages are validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis test, F test, t test, and R2 coefficient of determination test. The analytical method in this research is Multiple Linear Regression Analysis processed with SPSS 16.0.

The results of this research are that product quality and price simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions. Partially, product quality and price have a significant positive effect on purchasing decisions for the AMH curtain and wallpaper business in Malang City. The adjusted R Square figure in the research is 0.116, this shows that 11.6% of purchasing decision variables can be explained by the Product Quality and Price variables while the remaining 88.4% is influenced by other variables.

Keywords: Product Quality , Price, and Purchase Decision



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk sosial sekaligus makhluk ekonomi. Disebut makhluk sosial karena dalam hidup pasti membutuhkan orang lain kemudian disebut makhluk ekonomi karena manusia dalam hidupnya pasti memerlukan kebutuhan. Menurut Jaenudin (2014: 80) Manusia ekonomi adalah manusia yang diharapkan bertingkah laku rasional (memilih alternatif yang terbaik) didalam pasar.

Kebutuhan merupakan segala sesuatu yang diperlukan oleh manusia untuk kesejahteraan hidup. Menurut Deliarnov (2007: 4) Kebutuhan manusia dapat dibedakan atas kebutuhan primer, kebutuhan sekunder dan kebutuhan tersier. Kebutuhan primer merupakan kebutuhan yang pemuasannya harus segera dipenuhi agar manusia dapat menjaga kelangsungan hidup dengan baik atau biasa disebut juga kebutuhan pokok. Kemudian kebutuhan sekunder merupakan atau kebutuhan kedua adalah kebutuhan tambahan atau pelengkap yang pemuasannya dapat ditunda, terakhir kebutuhan tersier merupakan kebutuhan yang hanya bisa dipenuhi dengan mengonsumsi benda yang tergolong mewah atau luks. Kebutuhan tersier muncul setelah kebutuhan primer dan sekunder terpenuhi. Kebutuhan-kebutuhan tersebut dapat dipenuhi oleh manusia yang dipengaruhi oleh harga dan kualitas.

Kota Malang merupakan salah satu daerah yang strategis untuk membangun sebuah bisnis, sebagian besar masyarakat Kota Malang adalah pedagang dan semakin tahun ekspansi untuk bisnis semakin meningkat. Di

Kota Malang, banyak juga yang memiliki bisnis atau menjual produk yang sama, seperti Toko Malang Indah Gorden, Toko Semesta Gorden Malnag, Toko NIA Gorden Malang dan masih banyak toko yang menjual produk gorden di Kota Malang. Masing-masing toko tersebut bergerak di bidang textile, ada yaang home industri sampai mendirikan pabrik. Dalam persaingan bisnis gorden dan wallpaper masalah harga dan kualitas sangat di utamakan, untuk menarik konsumen yang beraneka ragam. Toko AMH Gorden dan Wallpaper usaha perseorangan atau home industri yang berdiri sejak tahun 2010.

Berdasarkan hasil survey pertama pada konsumen Toko AMH Gorden dan Wallpaper, menjelaskan bahwa kualitas produk dan harga yang di berikan sudah cukup baik, mereka mengatakan bahwa harga bermacam-macam tergantung dari kualiat's produk yang dipilih. Harga yang di berikan mampu dijangkau konsumen untuk memenuhi kebutuhan di rumah dan free biaya pemasangan. Namun ada juga yang meberikan pernyataan bahwa Toko AMH Gorden dan Wallpapaer memberikan kualitas produk dan harga kurang baik mengenai harga, kualitas jahitan dan estimasi yang tidak sesuai. Penilaian dari konsumen sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Jika diperbandingkan dengan toko yang lain, AMH Gorden dan Wallpaper tidak terlalu berbeda untuk masalah harga dan kualitas produk yang di hasilkan.

Harga merupakan salah satu faktor konsumen dalam mempertimbangkan keputusan belinya dalam memenuhi segala kebutuhannya. Menurut Lupiyadi (2001: 61) menyatakan bahwa harga suatu

produk sangat signifikan dalam pemberian value kepada konsumen untuk membeli suatu produk. Harga yang sesuai dengan kualitas suatu produk akan membuat konsumen lebih tertarik untuk membeli. Harga yang ditawarkan oleh pengusaha gorden dan wallaper cukup beragam sesuai dengan kualitas suatu bahan yang diinginkan. Contoh seperti harga gorden yang ada sesuai dengan kualitas kain yang diinginkan oleh para konsumen mulai dari kain yang termurah yakni kain flossy hingga kain yang termahal yakni apollo. Sama halnya dengan usaha gorden, usaha wallpaper terkait harga juga tergantung dengan kualitas bahan yang diinginkan oleh para konsumen. Jadi selain harga yang bisa menentukan pembelian suatu produk, kualitas juga menentukan ketertarikan para konsumen terhadap barang yang diinginkan.

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Semakin bertambah dewasaanya pikiran konsumen dalam mempertimbangkan kualitas suatu produk yang dipilihnya, sehingga menuntut perusahaan untuk selalu memperbaiki kualitas produk mereka (Kurriawati, 2015: 48). Usaha gorden dan usaha wallpaper ini selalu mengutamakan kualitas dan kepuasan para pelanggan, artinya dengan menjaga kualitas produk tersebut maka pelanggan tidak akan lari dan tetap menggunakan usaha gorden dan usaha wallpaper AMH ini.

Untuk usaha AMH Gorden dan Wallpaper di produksi di rumah sendiri atau home industri dan di jual di toko tempat produksi. Selain menjual gorden juga menjual wallpaper dinding, terdapat dua macam

wallpaper yaitu vinyl dan sticker untuk memperlengkap usaha, karena dua item ini saling berpasangan untuk menghiasi rumah. Proses penjualan selain melalui toko, AMH Gorden dan Wallpaper juga membuat akun media sosial untuk pemasaran, yaitu melalui intagram dan whatsapp. Usaha tersebut terbilang lebih murah karena proses produksi dilakukan dirumah dan di jual di toko sendiri. Wallpaper sendiri masih di suplai oleh pabrik wallpaper yang sudah bekerjasama dengan AMH Gorden dan Wallpaper.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui apakah variabel harga dan kualitas mempengaruhi keputusan pembelian produk “Gorden Dan Wallpaper AMH”. Untuk itu dalam menyusun skripsi ini saya mengambil judul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha AMH Gorden Dan Wallpaper Di Kota Malang”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan judul pada penelitian dan uraian latar belakang, maka rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada usaha AMH Gorden dan Wallpaper Kota Malang?
2. Apakah kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada usaha AMH Gorden dan Wallpaper Kota Malang?
3. Apakah harga dan kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada usaha AMH Gorden dan Wallpaper Kota Malang?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan penelitian

1. Mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap pembelian produk usaha AMH gorden dan wallpaper Kota Malang.
2. Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas terhadap pembelian produk usaha AMH gorden dan wallpaper Kota Malang.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan kualitas terhadap pembelian produk usaha AMH gorden dan wallpaper Kota Malang.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak lain, antara lain:

1. Manfaat Teoritis
Manfaat teoritis penelitian ini secara teoritis adalah untuk membuktikan bahwasanya adanya pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada usaha AMH Gorden dan Wallpaper.
2. Manfaat Praktis
Manfaat penelitian ini secara praktis dapat dijadikan rujukan usaha dalam pemberian nama pada perusahaan dengan tema pengaruh harga dan kualitas produk

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang dicari dan diolah secara langsung oleh peneliti dengan menyebarkan kuisioner secara langsung kepada 75 responden konsumen AMH Gorden dan Wallpaper di Kota Malang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencairtau apakah variabel Kualitas Produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Usaha AMH Gorden dan Wallpaper di Kota Malang. Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa :

1. Secara simultan terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel Kualitas Produk dan harga terhadap keputusan pembelian Usaha AMH Gorden dan Wallpaper di Kota Malang.
2. Variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2 Keterbatasan

Terdapat beberapa keterbatasan dalam melakukan penelitian ini, Adapun keterbatasan tersebut adalah :

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas, yaitu variabel Kualitas Produk, dan variabel Harga, sebagai variabel bebas sedangkan variabel Keputusan Pembelian sebagai variabel terikat.

2. Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuisioner secara langsung kepada konsumen sehingga ada beberapa responden yang mengisi kuisioner dengan asal-asalan.

5.3 Saran

Dari hasil pembahasan penelitian yang telah dilakukan diatas, maka saran yang dapat di berikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Prusahaan

- a. Bagi Usaha AMH Gorden dan Wallpaper diharapkan menjual produk Gorden dan Wallpaper dengan kualitas yang ditinkatkan sehingga konsumen tidak mengalami kerugian dalam membeli produk AMH Gorden dan Wallpaper.
- b. Bagi Usaha AMH Gorden dan Wallpaper diharapkan dapat menyesuaikan harga dan kualitas Gorden dan Wallpaper sehingga konsumen dapat menginformasikan kepada keluarga atau saudara tentang Gorden dan Wallpaper dengan kualitas bagus dan harga yang sesuai sehingga konsumen akan kembali melakukan pembelian produk tersebut.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk memperdalam penelitian yang akan dilakukan mengenai Kualitas Produk dan Harga.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, variabel dalam penelitian ini dapat ditambahkan seperti variabel Kualitas Pelayanan.

- c. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan item pernyataan dan membimbing responden dalam menjawab kuisisioner sehingga didapatkan hasil yang lebih baik dan responden tidak menjawab dengan asal-asalan.



DAFTAR PUSTAKA

- Amiin, M. A. (2019). Pengaruh Islamic Branding Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Swalayan Basmallah Cabang Rembang Pasuruan Jawa Timur.
- Arif Suhardiman. (2017). Bisnis Ritel di Indonesia Masih Menjanjikan.
- Deliarnov. 2007. Perkembangan Pemikiran Ekonomi. Jakarta: PT Raja Grafindo
- Firdha Fadhilah Ridwan. (2020). Pengaruh Islamic Branding Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk (Studi Kasus Minimarket Syariah Kitamart Cibatubandung). 4.
- Fuad, M., dkk. 2006. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Garvin. 2011. *Kualitas Produk : Alat Strategis Yang Penting*. Free Press, Jakarta.
- Gain, Robert, Christian Herdinata dan Krismi Budi Sienatra. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Igir, Friani Gloria, Jhoni R. E. Tampi dan Henny Taroreh. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Study Pada PT. Astra Internasional Tbk Daihatsu Cabang Malalayang)*.
- Jaenudin, R. 2014. *Konsep “Manusia Ekonomi” Dalam Pembangunan Ekonomi dan Pendidikan*.
- Joshua, Davin dan Metta Padmalia. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Surabaya.
- Khairunnisa, G. dan, & Zahara, Z. (2021). Pengaruh Islamic Branding Dan Perilaku Religiusitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BSM PALU. 7.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 2, Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1 dan 2. Jakarta.
- Kotler and Keller 2016. *Marketing Management*. Prentice Hall. Malhotra, N. 2006. *Riset Pemasaran*. Edisi ed. Pendekatan Terapan. Malhotra, N. 2014. *Basic Marketing Research*. England: Pearson Education.
- Kristian, Denny dan Rita Widayanti. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Mahasiswa Kampus 1 Universitas Kristen Krida Wacana*.
- Kurriawati. 2015. *Jurnal Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen*. Fakultas Ekonomi. Universitas Trunojoyo.
- Lupiyoadi, R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Lubis, Akrim Ashal. 2015. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan*.
- Malhotra, N. K. (2006). *Riset Pemasaran (edisi keempat jilid 2) Pendekatan Terapan*. In Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Malhotra, Naresh. 2014. *Basic Marketing Research*. Pearson Education: England.
- Malhotra, Naresh. 2006. *Riset Pemasaran*. Pendekatan Terapan Jilid 2. Jakarta.
- Muhammad Naufal Hidayat. (2019). *Religiusitas, Islamic Branding Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Pada Ritel Modern Dan Tradisional*. 6.
- Mukorobin, A. (2020). *Pengaruh Religiusitas, Norma Subjektif, Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Niat Beli Makanan Berlabel Halal*. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(17).
- Nasrullah, M. (2015). *Islamic Branding Dan Religiusitas Dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk*. *Jurnal Hukum Islam*, 13(2),79-8.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Buku 2, ed. 9, Alih Bahasa: Damos Sihombing, Erlangga, Jakarta.
- Ramadhani, N. I. (2019). *Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah Kota Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Banyuwangi)*. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(19).

- Riska, R. (2021). Pengaruh Literasi Keuanga Syariah Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Masyarakat Kota Makasar Dalam Memilih Pembiayaan Syariah Dengan Islamic Branding Sebagai Variabel Intervening.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan*
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiiah. 2012. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta.
- Setiadi, Nugroho J. 2013. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandi. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2010. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono dan Chandra G. 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua, Yogyakarta. Yogyakarta: Andi.
- Trisna Pratista, W. (2018). Pengaruh Label Halal, religiusitas Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Merek Internasional.
- Yusuf, A. Muri. 2015. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Prenamedia Group. Jakarta.
- Zuhriyah, K. (2020). Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(13).