



**Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan
Pembelian Pizza Hits**

(Studi Kasus Konsumen Pizza Hits Kecamatan Dau Kabupaten Malang)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

Junaidi

NPM. 21901081136



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

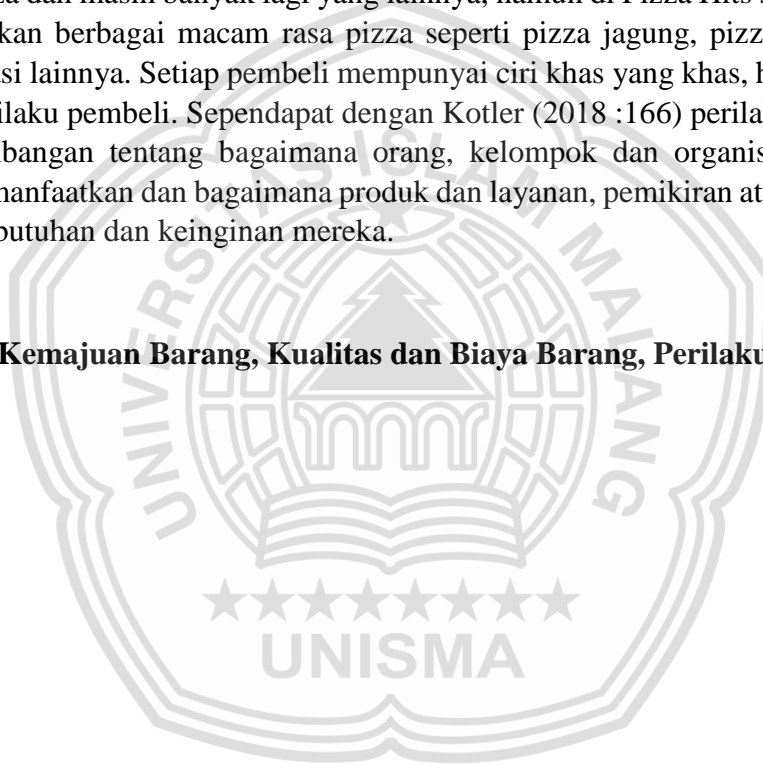
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

2024

ABSTRAK

Pengembangan produk dapat menjadi salah satu faktor penting dalam menunjang keberhasilan perusahaan itu sendiri, baik bagi pemasok keuntungan maupun bagi perusahaan fabrikasi. Dalam masa modernisasi saat ini, perusahaan dihadapkan pada persaingan. Permintaan persaingan mendorong perusahaan untuk mengikuti permintaan pembeli dan mengiklankan perubahan. Ini menanyakan hal-hal untuk mengetahui pengaruh pengembangan produk, kualitas, dan harga terhadap permintaan pembeli Pizza Hits. Sebagai salah satu yang menjadi perhatian saat ini, khususnya dalam bidang kuliner atau olahan tepung, banyak sekali perkembangan yang terjadi, seperti salah satu contoh perkembangan tepung olahan di kota Malang adalah Pizza Cottage, Pizza Ndezo, Domino's Pizza dan masih banyak lagi yang lainnya, namun di Pizza Hits sebagai outlet yang menyajikan berbagai macam rasa pizza seperti pizza jagung, pizza coklat, dan berbagai variasi lainnya. Setiap pembeli mempunyai ciri khas yang khas, hal ini terlihat jelas pada perilaku pembeli. Sependapat dengan Kotler (2018 :166) perilaku pelanggan adalah pertimbangan tentang bagaimana orang, kelompok dan organisasi memilih, membeli, memanfaatkan dan bagaimana produk dan layanan, pemikiran atau pertemuan memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

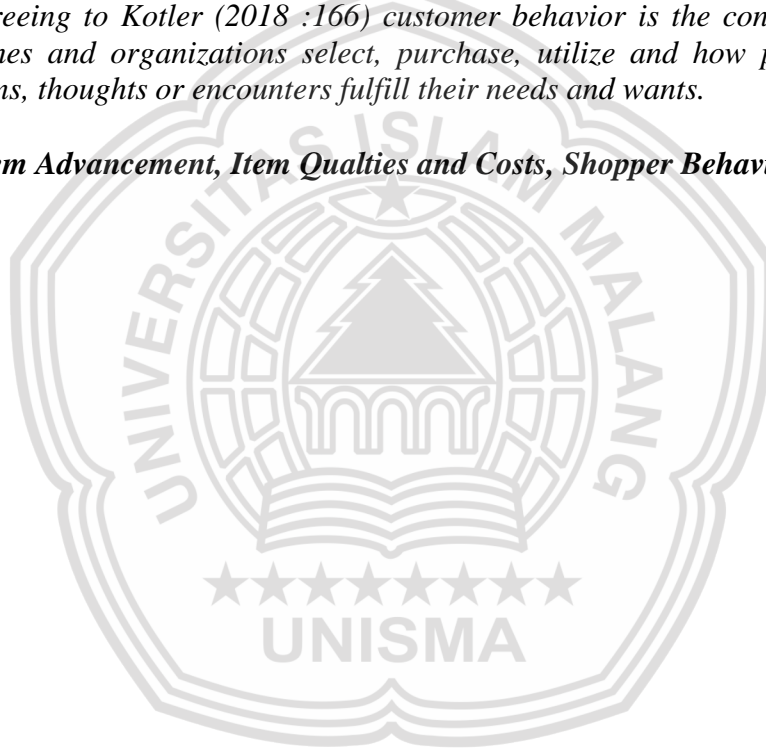
Kata Kunci: Kemajuan Barang, Kualitas dan Biaya Barang, Perilaku Pembeli



ABSTRACT

Item development may be a vital figure in supporting the victory of the company itself, both benefit suppliers and fabricating companies. Within the current period of modernization, companies are confronted with competition. Competition requests drive companies to take after shopper requests and advertise changes. This inquire about points to know the affect of item advancements, qualities, and costs on shopper requests of Pizza Hits. As one of the objects of current inquire about, specifically with respect to culinary or handled flour, there are numerous advancements, as one illustration of prepared flour development within the city of Malang is Pizza Cottage, Pizza Ndezo, Domino's Pizza and numerous others, but at Pizza Hits as an outlet that serves different sorts of pizza flavors such as corn pizza, chocolate pizza, and numerous other variations. Each buyer has distinctive characteristics, this has been clarified in buyer behavior. Agreeing to Kotler (2018 :166) customer behavior is the consider of how people, bunches and organizations select, purchase, utilize and how products and administrations, thoughts or encounters fulfill their needs and wants.

Keywords: *Item Advancement, Item Qualities and Costs, Shopper Behaviors*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan perekonomian di era modern ini semakin dekat, Masyarakat saling bersaing untuk menciptakan hidup yang lebih baik, demiki menciptakan tempat dan kebutuhan yang layak bagi kehidupan mereka. Begitu pula yang terjadi di dalam dunia bisnis, semua berlomba-lomba dan bersaing dalam konsep pemasaran yang berbeda-beda untuk meningkatkan pembelian konsumen, hal itu menjadi wajar dan suatu keharusan bagi kalangan pembisnis, baik bisnis lokal maupun global. Karena bisnis yang paling menguntungkan dan baik yaitu berdagang atau berwirausaha.

Di Indonesia persaingan sudah menciptakan banyak perubahan, banyak hal yang sudah mempengaruhi terjadinya persaingan, beberapa di antaranya adalah target pencapaian, inovasi-inovasi di dalam kehidupan masyarakat, tingkat kreatifitas manusia yang terus berkembang, tuntutan hidup yang terus meningkat, dan gaya hidup manusia yang terus berubah di setiap masanya. (Pamungkas, 2019)

Dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen untuk memenangkan persaingan yang ketat ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu di antaranya Inovasi Produk, Inovasi produk merupakan factor krusial dalam menunjang kesuksesan perusahaan itu sendiri, baik penyedia jasa, maupun perusahaan manufaktur. Di masa modernisasi sekarang, perusahaan dihadapkan pada persaingan khususnya di bidang perekonomian yang bersaing. Tuntutan persaingan memaksa perusahaan untuk mengikuti

keinginan konsumen dan perubahan pasar, agar perusahaan mampu bersaing dengan pihak pesaing serta mempertahankan produknya di pasaran. Perubahan yang dimaksud yaitu bagaimana perusahaan mampu berinovasi dalam memenuhi kebutuhannya dari konsumen, berkompetisi dengan pesaing usaha lain serta mengikuti trend pasar. Perusahaan melakukan inovasi – inovasi dengan harapan agar dapat melahirkan produk baru atau mengembangkan produk yang ada. Tentunya dalam membeli sebuah produk atau mengkonsumsi sebuah produk, tidak sebatas hanya mengetahui nilai dan juga fungsinya, disisi lain konsumen juga melihat kelebihan produk dibanding produk sejenis yang lainnya. Hal ini lah yang menjadi dasar bagi produsen untuk terus melaksanakan inovasi pada produk.

Nathaniel (2019) memaparkan bahwa inovasi merupakan hasil dari seberapa kreatif dilandasi juga dengan ilmu yang dimiliki serta kecanggihan perkembangan inovasi berhasil, maka bisa dijadikan strategi yang kuat untuk bertahan dipasar, dibandingkan para pesaing. Seiring perubahan zaman dan selera pasar yang terus berkembang, pelanggan lebih peka dalam menentukan produk apa yang sekiranya dapat memberikan kepuasan baginya. Inovasi melalui ilmu pengetahuan mengalami evolusi yang tiada henti dilihat dari berbagai pelengkap produksi yang semakin berkembang, memacu perusahaan dapat menghasilkan produk yang bisa memuaskan pelanggannya. Bahan baku, mesin-mesin, SDM, merupakan rangkaian alat yang bisa dijadikan tolak ukur dalam menghasilkan produk yang bisa dijadikan unggulan perusahaan. Sebagai salah satu yang menjadi objek penelitian saat ini yaitu mengenai kuliner atau olahan tepung banyak inovasinya, sebagai salah satu contoh inovasi olahan

tepung ada di kota Malang adalah Pizza Hut, Pizza Ndezo, Domino's Pizza dan banyak lagi lainnya, namun di Pizza Hits sebagai outlet yang menyajikan berbagai macam varian rasa pizza seperti pizza jagung, pizza coklat, dan banyak varian lainnya. Setiap konsumen memiliki sifat yang berbeda, hal itu sudah dijelaskan pada perilaku konsumen. Menurut Kotler (2018 : 166) Perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang dan jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Keputusan akhir dari konsumen saat melihat produk yang diujakan adalah membeli atau sebaliknya, keputusan pembelian suatu produk adalah hak mutlak seorang konsumen, karena saat terjadinya transaksi pembelian hanya melibatkan konsumen dan produsen tapi melibatkan orang ke tiga untuk melakukan transaksi. Keputusan pembelian konsumen disini merupakan tindakan individu yang secara langsung atau tidak langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan suatu produk atau jasa yang dibutuhkan.

Menurut Kotler (2018:212) Keputusan pembelian dapat diartikan sebagai sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternative, membuat keputusan membeli, dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen.

Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri dan sifat dari suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk ndapat memuaskan kebutuhan yang diharapkan pelanggan, Menurut Handoko (2018), "Kualitas merupakan suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan." Berdasarkan

pendapat ini diketahui bahwa kualitas barang ditentukan oleh tolak ukur penilaian. Semakin sesuai dengan standar yang ditetapkan dinilai semakin berkualitas. Menurut Lupiyoadi (2018:214) dalam kualitas produk ada beberapa dimensi yang perlu diperhatikan yaitu meliputi: Kinerja (*Performances*), Fitur (*features*), Keterandalan (*Reliability*), Daya tahan (*Durability*) Estetika (*Aesthetics*).

Jika suatu perusahaan mampu memberikan kualitas produk yang baik secara langsung atau tidak langsung citra produknya akan tersebar luas karena kepuasan yang dirasakan para konsumen akan disampaikan kepada pelanggan dan konsumen lainnya sehingga dapat menarik pelanggan yang lebih banyak.

Selain Inovasi produk dan Kualitas produk, faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Seperti yang disampaikan (Philip Kotler 2018) harga telah menjadi aspek yang paling penting dalam menetapkan keputusan para pembeli. Maka secara garis besar pengaruh harga sangatlah penting untuk menjadi daya tarik terhadap konsumen dan untuk memperoleh keuntungan yang berkelanjutan.

Konsumen pada umumnya membandingkan harga dan barang kalau harganya mahal identik dengan barang yang bagus, kalau harganya terlalu murah konsumen akan mempertanyakan kualitas produk itu sendiri. Hal pertama yang dilihat oleh konsumen untuk membeli suatu produk yaitu harga, kemudian diikuti oleh beberapa faktor lainnya. Dikutip dari Brown dalam (Hasan, 2020) pemilihan karakter pada sebuah toko dikarenakan kesan pembeli pada harga daripada harga asli sebuah toko. Suatu perusahaan hendaknya

mendapatkan harga yang sebanding dengan mutu dan nilai produk. Harga yang teramat tinggi atau sebaliknya dapat menjadi faktor penentu bagi pembeli. Tingginya harga dapat membuat konsumen berpindah pada produk lain yang sejenis begitupun sebaliknya.

Di Kota Malang tingkat persaingan bisnis sangatlah tinggi selain terkenal dengan Kota wisata, Kota Malang juga dikenal sebagai kota pendidikan. Sehingga banyak orang-orang datang dari berbagai penjuru Indonesia bahkan manca negara untuk melakukan aktivitas wisata dan pendidikan, maka dari itu masyarakat kota tersebut berlomba-lomba untuk mendirikan bisnis khususnya bisnis dalam bidang kuliner. Salah satu bisnis kuliner yang ada di sudut kota Malang adalah Pizza Hits yang menyediakan berbagai macam varian rasa, Salah satu rasa dari menu makanan yang di sajikan oleh Pizza Hits untuk pelanggan/pembelinya adalah Pizza jagung, Pizza sosis, Pizza coklat vanilla, Pizza mozzarella dan banyak lagi rasa lainnya.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, beserta keinginan untuk lebih mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen untuk tetap melakukan suatu keputusan pembelian di Pizza Hits maka penelitian ini diberi judul "Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Pizza Hits Kecamatan Dau Kabupaten Malang"

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat ditentukan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, dan Harga secara bersama-sama Terhadap Keputusan Pembelian pada Pizza Hits?

2. Bagaimana Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Pizza Hits?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Pizza Hits?
4. Bagaimana pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Pizza Hits?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Inovasi Produk Kualitas Produk, dan Harga secara bersama-sama Terhadap Keputusan Pembelian pada Pizza Hits.
2. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Pizza Hits.
3. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Pizza Hits.
4. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Pizza Hits.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu mengungkapkan sejauh mana dalam mengembangkan dan bahkan mengatur Inovasi Produk, Kualitas Produk, dan Harga sehingga mempengaruhi keputusan pembelian produk bagi para pelanggan Pizza hits supaya dapat melakukan evaluasi dan meningkatkan Inovasi Produk, serta Kualitas Produk, dan Harga.

1.4.2 Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi refrensi tentang pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. Dan menjadi refrensi bacaan bagi mahasiswa dan peneliti selanjutnya.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bahwa variabel Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Pizza Hits .
2. Bahwa pada variabel Inovasi Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Pizza Hits.
3. Bahwa pada variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Pizza Hits.
4. Bahwa pada variabel Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Pizza Hits.

5.2 Keterbatasan Peneliti

Adapun keterbatasan penelitian ini adalah :

1. Objek penelitian ini hanya pada satu objek yaitu Pizza Hits.
2. Variabel independen yang digunakan hanya Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Harga jadi masih kurang leluasa untuk menantikan banyak hal pada konsumen.

5.3 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka diajukan saran bagi Pizza Hits:

1. Untuk selalu memperhatikan kualitas dan ciri khas dari Pizza Hits itu sendiri.
2. Jika mau menginovasi produk diharap untuk tetap memprioritaskan dalam segi rasa dan kualitas demi kenyamanan konsumen.
3. Variabel keputusan pembelian dapat diperbaiki dengan cara meningkatkan pengetahuan terhadap kebutuhan konsumen.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka diajukan saran juga bagi peneliti selanjutnya.

1. Objek penelitian diperluas misalnya makanan Pizza-pizza dan sejenisnya.
2. Variabel independen yang digunakan hanya Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Harga sehingga bisa dikembangkan atau diganti dengan *Brand Image*, Faktor Lokasi, Promosi dan Kepuasan Pelanggan.
3. Dalam penelitian selanjutnya metode pengumpulan data bisa dilakukan dengan memperhatikan konsumen siap dan tidaknya atau mengganggu waktu dan lain sebagainya sehingga ketika di wawancarai tidak merasa risih dan bisa mengisi data dengan lebih leluasa lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulla et al, 2015, *Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian “Martabak Bandung” Di kota Gorontalo*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol 3 no 12. edisi Keduabelas. Erlangga. Jakarta
- Ahmad Muanas. 2014. *Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Buana Indomobil Trada*, Jurnal Ilmu & Riset Manajemen. Vol. 3 NO. 12 2014.
- Alfani, Mufti Hasan. (2020). "Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Impulse Buying Pada Produk Online Menurut Ekonomi Syariah". Journal of Economic, Business and Accounting, 3(2), 376.
- Almira Amelia. 2018., *Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap*
- Anwar, Sanusi. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ariani, Dorothea Wahyu, 2003. *Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*. Ghalia Indonesia: Jakarta.
- Arianti. 2012. *Tujuan inovasi produk*. (www.scribd.com/doc/90920422/inovasi-dan-produk-baru.com diakses pada 27 Maret 2018)
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bilson, Simamora. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Boyd, Harper, W. Ovrille, C. Larreche, JeanClaude, Mullin, John, W., 2005, *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua*, Erlangga, Jakarta.
- Buchori Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Chandran prijaya andres. 2019., *pengaruh brand image, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian di outlet mini melts*.
- Chynthia & Hendra, 2014, *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing, Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi kuning. Di Kota Manado*, Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Ekonomi, vol 2 No. 3.
- David. A dan Alexander L. Biel. 2012. *Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates. Inc., Hillsdale.

- Denniswara Praditya Edo. 2016., *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Intensi Membeli Ulang Produk My Ideas.*
- Dharmmesta, Basu Swastha., Handoko, T. Hani.2012. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen.* Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta.
- Ernawati, Diah. 2019., *pengaruh kualitas produk, inovasi produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk hi jack sandals bandung.*
- Fandi Tjiptono. 2005. *Strategi Pemasaran.* Andi Offset. Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, 2008 *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Fristiana, Amelia, Dessy. 2012. *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang.* Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi.* Semarang: Badan Penerbit UniversitasDiponegoro.
- Handoko, T. Hani. 2018. *Manajemen.* Yogyakarta : BPFE
- Indriantoro, Nur and Bambang Supomo. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen.* Edisi 1. Cetakan ke-12. Yogyakarta: BPFE. *Jilid 1. Jakarta: Erlangga*
- Keller, Kevin Lane. 1993. *Journal Of The Academy Of Marketing.* Science: Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Basd Brand Equity.
- Keller, Kevin Lane. 2003. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity.* New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler dan amstrong. 2004., *Prinsip-prinsip Pemasaran (Edisi ke 12, Jilid 1).* Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran.* Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Bes, *Leteral Marketing, (Jakarta: Erlangga, 2004)*
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran, jilid 1 dan 2 (12 ed., 1).* Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

- Kotler, Philip & Kevin L. Keller. (2012). *Marketing Management, 14th edition*. New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13*.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2018. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2*.
- Lupiyoadi, R (2018), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.
- Muchtar. Hasbullah. (2022), *Pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian*.
- Nathaniel, G.B.S. 2019. *Pengaruh Gaya Hidup Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Perempuan Yang Membeli Brand Zara Di Grand Indonesia Jakarta)*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 72 No. 2.
- Ni'mah. N. N. I. 2023., *pengaruh harga, kualitas produk dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen skincare skintific*.
- Pamungkas Jati Adi. 2019., *Pengaruh Kualitas Produk Kualitas Pelayanan Dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Di Warung Miayam Abah*
- Rangkuti, Freddy. 2008. *The Power Of Brands*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Sangadji, E.M., dan Sopiha. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis* Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Schiffman, Leon G., dan Kanuk, Leslie Lazar. 2009. *Perilaku Konsumen*. Alih bahasa Zulkifli Kasip. Jakarta: PT. Indeks Group Gramedia.
- Setiadi, J.Nugroho (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)
- Suliyanto, 2011, *ekonometrika terapan teori aplikasi dengan spss*. Andi yogyakarta
- Tjiptono Ph.D, Fandy.2014. *Pemasaran Jasa prinsip Penerapan Penelitian*. Andi. Yogyakarta