



**sPengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap
Keputusan Pembelian**

(Studi Kasus Roti Bakar Kartika)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh

Reydora Husaen Qornabela
NPM. 21501081028



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

2020

ABSTRAKSI

Penelitian Ini Bertujuan Untuk Menentukan Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Variabel Yang Digunakan Dalam Penelitian Ini Adalah Keputusan Pembelian Variabel Dependent Variabel, Sedangkan Variabel Independen Adalah Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Jumlah Sampel Adalah 81 Responden.

Hasil Penelitian Ini Secara Bersamaan Menyimpulkan Bahwa Ada Pengaruh Antara Variabel Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Dan Sebagian Menyimpulkan Bahwa Ada Pengaruh Antara Variabel Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Pembelian. Keputusan

Kata kunci: Kualitas prohuk, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan

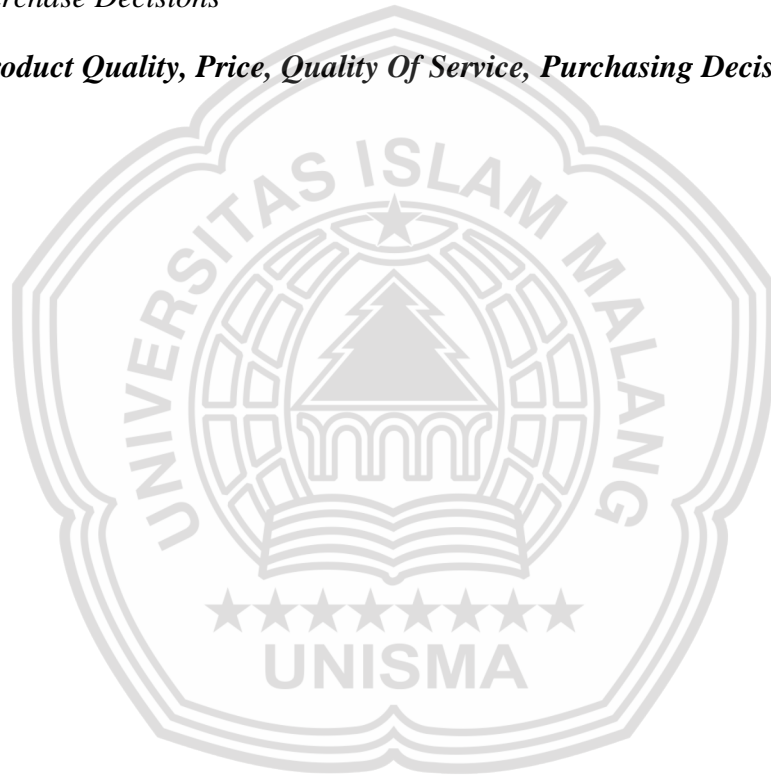


ABSTRACT

This Study Aims To Determine The Effect Of Product Quality, Price And Quality Of Service On Purchasing Decisions The Variable Used In This Study Is The Variable Purchase Decision Of The Dependent Variable, While The Independent Variable Is The Effect Of Product Quality, Price And Quality Of Service The Number Of Samples Was 81 Respondents.

The Results Of This Study Simultaneously Conclude That There Is An Influence Between The Variables Influence Of Product Quality, Price And Quality Of Service To Purchase Decisions And Partially Conclude That There Is An Influence Between Variables Influence Of Product Quality, Price And Quality Of Service To Purchase Decisions

Keywords: *Product Quality, Price, Quality Of Service, Purchasing Decisions*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era milenial saat ini, banyak para generasi Milineal bersemangat hidup mandiri mempunyai hasil atau pendapatan sendiri, sehingga banyak para milenial saat ini membuka usaha-usaha kecil yang sering kali kita jumpai di pinggir jalan, jajanan di pinggir jalan seperti roti dan minuman banyak di gemari oleh para milenial. Seperti peneliti jumpai dan menjadi topik penelitian yaitu Usaha milik Pemuda milenial yitu Roti bakar yang di berikan nama Roti Bakar Kartika.

Roti Bakar Kartika merupakan salah satu usaha yang di mulai oleh pemuda milenial dan juga di gemari oleh pelanggannya. Roti Bakar Kartika menjual produknya dengan menargetkan para mahasiswa dengan cara offline ataupun *online* yang mengandalkan aplikasi transportasi yang sedang ramai.

Pembeli adalah raja, kalimat yang sudah tidak asing di telinga para konsumen. Sejatinya makna dari kalimat tersebut adalah apapun kehendak dari seorang konsumen adalah hak konsumen, terlepas dari konsumen tersebut

membeli atau tidak produk yang di jajakan. Setiap konsumen memiliki sifat yang berbeda, hal itu sudah dijelaskan pada perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka (Schiffman dan Kanuk, 2009)

Keputusan akhir dari konsumen saat melihat produk yang diujikan adalah membeli atau sebaliknya, keputusan pembelian suatu produk adalah hak mutlak seorang konsumen, karena saat terjadinya transaksi pembelian hanya melibatkan konsumen dan produsen tanpa melibatkan orang ke tiga untuk melakukan transaksi. Menurut Tjiptono (2008:156) “Keputusan pembelian konsumen merupakan tindakan individu yang secara langsung atau tidak langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan suatu produk atau jasa yang dibutuhkan”.

Kualitas produk adalah salah satu acuan para konsumen membeli suatu produk. Kualitas produk yang dimaksud adalah produk yang ditawarkan kepada konsumen memiliki nilai jual lebih, dimana hanya perusahaan tersebut yang memiliki keunggulan, maka perusahaan harus memfokuskan kualitas pada produknya dan membandingkan dengan produk perusahaan lain agar perusahaan dapat selalu berinovasi dan semakin meningkatkan kualitas pada produknya. Produk dengan kemasan yang baik belum tentu memiliki kualitas baik, produk dengan spesifikasi yang tinggi dan memiliki nilai kegunaan yang lebih, hal itu bisa dikatakan produk yang berkualitas. Menurut Orville dkk (2005:422), “Apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing”.

Menurut Kotler dan Amstrong, (2008:161) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara

konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya.

Saat konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk, terkadang mereka memiliki alasan-alasan tertentu dalam memilih sebuah produk, misalnya konsumen senang dengan spesifikasi produk, pelayanan yang ditawarkan produk atau lainnya. Ada pula konsumen yang membeli Produk berdasarkan kebutuhan akan suatu Produk dan sedikit konsumen yang membeli suatu produk secara spontanitas, maksudnya konsumen tidak memiliki rencana untuk membeli Produk atau tanpa adanya pertimbangan khusus ketika memutuskan untuk membeli Produk.

Roti Kartika juga selalu memperhatikan Kualitas pelayanan, bahwasannya kualitas pelayanan sangat berpengaruh kepada pembelian, jika kualitas pelayanan yang diberikan baik dan sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen tak ragu untuk kembali dan menetapkan Roti Bakar Kartika sebagai pilihan utama untuk membeli kembali, kualitas pelayanan sangatlah penting dilakukan dengan baik karena itu adalah salah satu faktor pendukung suksesnya sebuah usaha.

Kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan perasaan senang dibenak konsumen dan timbul lah rasa kepuasan di hati konsumen, rasa puas yang ada akan berdampak baik kepada usaha karena konsumen berpeluang besar

untuk merekomendasikannya kepada orang lain, jika akhirnya seperti itu otomatis sangat menguntungkan bagi usaha tersebut, menguntungkan dari segi materi dan citra usaha akan baik karena kualitas pelayanan yang baik dan Harga yang sesuai dengan kualitas yang ada serta setara dengan fasilitas dan kenyamanan yang telah diberikan oleh Roti Bakar Kartika tersebut.

Service Quality disebut juga dengan Kualitas Pelayanan adalah suatu proses untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi apa yang diinginkan oleh pelanggan. Dengan demikian ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang di terima atau dirasakan (*perceived service*) dan layanan yang diinginkan (*expected service*) Tjiptono (2005:215).

Harga merupakan salah satu tujuan konsumen membeli suatu produk. Dari sudut pandang konsumen, Harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bagaimana Harga tersebut dihubungkan sebagai manfaat yang dirasakan atas suatu Produk dan jasa (Tjiptono, 2008:152).

Menurut Widiana dan Sinaga (2010:59) Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang ditambahkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Dapat juga disampaikan Harga adalah nilai dari produk atau jasa yang diharapkan bersama pelayanannya. Yang harus dikeluarkan atau dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan sejumlah produk.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Roti Bakar Kartika”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas produk, Harga Produk, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian?
- b. Apakah kualitas produk, Harga Produk, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk, Harga Produk, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.
- b. kualitas produk, Harga Produk, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian?

1.3.2 Manfaat Penelitian

- a. Untuk dijadikan sebagai bahan masalah bagi perusahaan untuk lebih meningkatkan keputusan pembelian agar mampu meningkatkan pelayanan bagi masyarakat.
- b. Dapat dijadikan bahan acuan dan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ada kaitannya dengan variabel dalam peneliti ini yaitu kualitas produk, Harga Produk, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

- c. Menambah wawasan ilmu manajemen pemasaran dan dapat dijadikan masukan untuk mengimplementasikan teori-teori yang diperoleh dengan kondisi nyata dilapangan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

- a. Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Roti Bakar Kartika.
- b. Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Roti Bakar Kartika

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

- a. Variabel yang mempengaruhi Keputusan Pembelian dalam penelitian ini hanya dari tiga variabel yaitu Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan, sedangkan masih banyak lagi faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.
- b. Penelitian ini dilakukan terhadap Roti Bakar Kartika sehingga hasil penelitian hanya dapat digunakan oleh Roti Bakar Kartika.

5.3 Saran

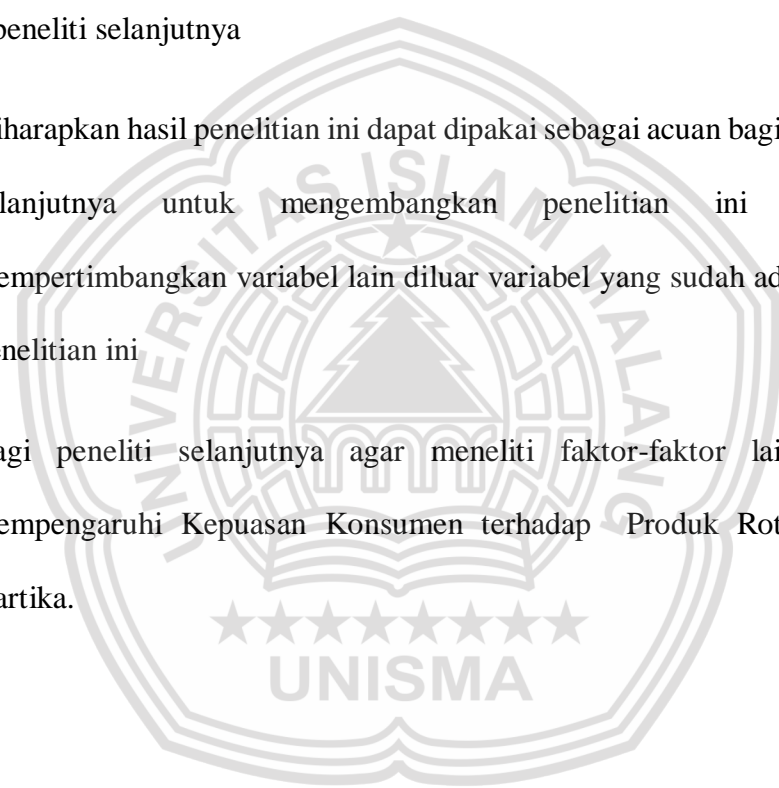
- a. Bagi Roti Bakar Kartika
 1. Pihak Roti Bakar Kartik di harapkan untuk memperbaiki kualitas pelayanan yaitu karyawan harus mampu memberikan informasi pelayanan secara akurat, karyawan harus mampu tanggap mengatasi keluhan dari Konsumen.
 2. Diharapkan Roti Bakar Kartika dapat mempertahankan dan meningkatkan Fasilitas yang sudah dimilikinya saat ini. Dengan fasilitas

yang baik maka Konsumen akan merasa puas dengan pelayanan atau rasa dari produk Roti Bakar Kartika.

3. mempertahankan dan meningkatkan Kompetensi Roti Bakar Kartika dengan memaksimalkan cita rasa yg berbeda dari roti lainnya, sehingga para konsumen merasakan kepuasan tersendiri terhadap Roti Bakar Kartika.

b. Bagi peneliti selanjutnya

1. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel lain diluar variabel yang sudah ada dalam penelitian ini
2. Bagi peneliti selanjutnya agar meneliti faktor-faktor lain yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen terhadap Produk Roti Bakar Kartika.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Muanas. 2014. Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Buana Indomobil Trada, Jurnal Ilmu & Riset Manajemen. Vol. 3 NO. 12 2014.
- Arikunto. 2010. SELF REGULATION LEARNING UNTUK MENINGKATKAN MOTIVASI DAN PRESTASI BELAJAR MATEMATIKA SISWA KELAS VIIA SMP TAMAN DEWASA IBU PAWIYATAN YOGYAKARTA.
- Basu Swastha. 2009. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Buchori Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Charles W. Lamb, dkk. 2001. *Pemasaran*, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Christiana. 2013. *Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates. Inc., Hillsdale.
- Dua Lembang, Rosvita. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Terhadap keputusan Pembelian Teh siap Minum dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, Imam 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS*. Edisi ke 7. Semarang: Universitas Diponegoro.
- I Antonius O Dkk. 2013 *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall.
- Indrianto & Supomo. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta. BPFE – Yogyakarta.
- Kodu, 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Kofisyop Tembalang. Hal 19. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler dan Keller, 2012. *Manajemen Marketing*. Edisi 14, Global Edition, Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Armstrong, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi kedua belas. PT. Indeks Jakarta.

- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Tiga Belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 Dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Salemba Empat. Jakarta.
- Ovrille, C, dkk. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Erlangga. Jakarta.
- Pongoh M.E. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Terhadap keputusan Pembelian Teh siap Minum dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2007. *Consumer Behaviour 7 th. Edition. (Prilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Setiadi. 2003. Pengaruh Sikap Merek, Citra Merek, dan Risiko yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Minuman Pulpy Orange di Surabaya
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Suharno dan Yudi Sutarso. 2013. *Marketing In Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Supriyadi, dkk. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang.
- Swastha. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Salemba Empat. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Widiana dan Sinaga. 2010. *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang*. Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.
- Zeithaml, Bitner. 2009 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen the Little a Coffee Shop Sidoarjo)



University of Islam Malang
REPOSITORY



© Hak Cipta Milik UNISMA

repository.unisma.ac.id



University of Islam Malang
REPOSITORY



© Hak Cipta Milik UNISMA

repository.unisma.ac.id