

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PEMPEK DI SAGA SUDI MAMPIR
DEMANG LEBAR DAUN PALEMBANG**



Skripsi Oleh:

KHOTIBUL UMAM

01011382025150

MANAJEMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PEMPEK DI SAGA SUDI MAMPIR**

DEMANG LEBAR DAUN PALEMBANG

Disusun Oleh:

Nama : Khotibul Umam
Nomor Induk Mahasiswa : 01011382025150
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif `

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Tanggal: November 2024



Hj. Nofiawaty, SE., M.M

NIP. 196911081994012001

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PEMPEK DI SAGA SUDI MAMPIR
DEMANG LEBAR DAUN PALEMBANG**

Disusun oleh :

Nama : Khotibul Umam
NIM : 01011382025150
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 1 November 2024 dan sudah memenuhi syarat untuk diterima.

Palembang, November 2024
Panitia Ujian Komprehensif

Ketua



Hj. Nofiawaty, S.E., M.M.
NIP.196911081994012001

Anggota



Dr. Iisnawati, S.E., M.Si.
NIP. 1671045508820010

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M
NIP 198907112018031001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Khotibul Umam
NIM : 01011182025031
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

“PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PEMPEK DI SAGA SUDI MAMPIR DEMANG LEBAR DAUN PALEMBANG”

Pembimbing:

Ketua : Hj. Nofiawaty, S.E., M.M.

Penguji : Iisnawati, S.E., M.Si.

Tanggal Ujian : 1 November 2024

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dari gelar kesarjanaaan.

Indralava, 8 November 2024


Khotibul Umam
01011382025150

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Tak ada batasan bagi mereka yang berani mencari kebenaran."

Kupersembahkan skripsi ini untuk:

- Orang Tua Tercinta
- Saudaraku Tersayang
- Teman-teman
- Almamater

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pempek di Saga Sudi Mampir Demang Lebar Daun Palembang. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian di Pempek Saga Sudi Mampir Demang Lebar Daun Palembang. Diharapkan hasil penelitian ini memberikan kontribusi positif bagi manajemen dan peneliti selanjutnya, serta bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan pihak-pihak terkait.

Penulis menyadari sepenuhnya atas segala kekurangan yang menyebabkan penulisan skripsi ini kurang sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca, demi perbaikan di masa mendatang

Palembang, 8 November 2024
Penulis,



Khotibul Umam

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik dan lancar tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan doa sepanjang proses penyusunan skripsi ini. Rasa terima kasih ini saya tujukan kepada:

1. Allah SWT, Terimakasih atas segala Rahmat, Hidayah serta Karunia-Mu hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik tentunya dalam keadaan sehat wal afiat.
2. Buya dan Umi yang saya sayangi dan cintai. Saya mengucapkan ribuan terima kasih atas semua jasa-jasa papa dan mama yang telah mendukungku baik secara moral dan materil hingga mampu melewati seluruh suka duka, sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Saudaraku Mu' Tashim Billah, S.Kom yang memberikan semangat selama penulisan skripsi.
4. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Prof. Dr. Mohamad Adam, S.E., M.E. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

6. Bapak Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen FE Universitas Sriwijaya.
7. Ibu Lina Dameria Siregar, S.E., M.M selaku Sekretaris Jurusan Manajemen FE Universitas Sriwijaya.
8. Ibu Hj. Nofiawaty, SE., M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, nasehat, dan saran dari awal hingga selesainya skripsi ini.
9. Ibu Dr. Iisnawati, S.E., M.Si selaku dosen penguji skripsi yang telah membantu dalam memberikan arahan, kritik, dan saran.
10. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi khususnya Jurusan Manajemen, yang sangat berjasa dalam membentuk pemahaman dan pola pikir saya terhadap manajemen sebagai ilmu dalam praktiknya kelak.
11. Seluruh tenaga administrasi Fakultas Ekonomi yang selalu memberikan bantuan dalam mengurus administrasi selama masa perkuliahan.
12. Pimpinan dan karyawan Pempeh Saga Sudi Mampir Palembang yang telah memberikan izin kepada saya untuk melakukan penelitian sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Teruntuk saya sendiri Khotibul Umam, terima kasih telah berjuang sejauh ini dan komitmen usaha yang kamu korbankan dengan membagi waktu untuk mencapai pada fase yang kamu berada sekarang. Semoga apa pun yang telah dilewati dapat menjadi pembelajaran dan diambil hikmahnya sehingga menjadi seorang yang lebih kuat.

14. Teman-teman sedari sebangku sekolah terima kasih telah menjadi bagian dari banyak kebahagiaanku selama ini.
15. Teman-teman seperjuangan Manajemen angkatan 2020 yang telah memberikan kebersamaan selama kuliah.
16. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini sampai selesai dengan sangat baik.

Penulis,



Khotibul Umam

ABSTRAK

Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pempek Di Saga Sudi Mampir Demang Lebar Daun Palembang

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen di restoran Pempek Saga Sudi Mampir, yang terletak di kawasan Demang Lebar Daun, Palembang. Penelitian ini fokus pada pelanggan restoran untuk mengevaluasi sejauh mana atribut produk mempengaruhi pilihan konsumen, dengan tujuan memberikan rekomendasi untuk pengembangan produk di masa mendatang. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan, dan diolah dengan SPSS versi 26. Teknik analisis yang digunakan meliputi uji T, uji F, serta Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil menunjukkan bahwa kualitas produk, gaya dan desain produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Namun, variabel fitur produk tidak memberikan dampak terhadap keputusan pembelian. Dari semua variabel, kualitas produk merupakan faktor yang memiliki pengaruh paling dominan pada keputusan konsumen untuk membeli produk di Pempek Saga Sudi Mampir.

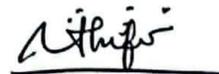
Kata Kunci : Atribut Produk, Keputusan Pembelian

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M
NIP 198907112018031001

Dosen Pembimbing



Hj. Nofiawaty, S.E., M.M.
NIP. 196911081994012001

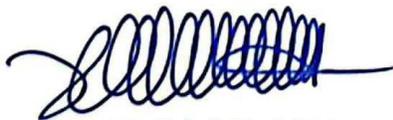
ABSTRACT

The Influence of Product Attributes on Pempek Consumer Purchasing Decisions in Saga Sudi Mampir Demang Lebar Daun Palembang

This study aims to analyze the influence of product attributes on consumer purchasing decisions at the Pempek Saga Sudi Mampir restaurant, located in the Demang Lebar Daun area, Palembang. This study focuses on restaurant customers to evaluate the extent to which product attributes influence consumer choices, with the aim of providing recommendations for future product development. Data were collected by distributing questionnaires to customers, and analyzed using SPSS version 26 software. The analysis techniques used include the T test, F test, and Multiple Linear Regression Analysis. The results of the study indicate that product quality, style and product design have a significant effect on consumer purchasing decisions. However, the product feature variable does not have a significant impact on purchasing decisions. Of all the variables, product quality is the factor that has the strongest influence in influencing consumer decisions to purchase products at Pempek Saga Sudi Mampir.

Keywords: Product Attribute; Purchase decisions

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M
NIP 198907112018031001

Dosen Pembimbing



Hj. Nofiawaty, S.E., M.M.
NIP. 196911081994012001

ASLI

JURUSAN MAN
FAKULTAS EK

ENON
MIU

13/2025

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa Abstrak Skripsi dalam Bahasa Inggris dari mahasiswa:

Nama : Khotibul Umam

NIM : 01011382025150

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan

Pembelian Konsumen Pempek Di Saga Sudi Mampir Demang Lebar Daun

Palembang.

Telah kami periksa penulisan, grammar, maupun susunan tensis-nya dan kami setuju untuk ditempatkan di lembar abstrak.

Ketua Jurusan Manajemen

Dosen Pembimbing



Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M.

Hj. Nofiawaty, S.E., M.M.

NIP 198907112018031001

NIP. 196911081994012001

RIWAYAT HIDUP

DATA DIRI

Nama : Khotibul Umam
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang, 08 Juli 2002
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : Jl. Swadaya Ir. PinangRaya 1A No.80
Alamat Email : Umam8702khotibul@gmail.com
No. HP : 0821236757147

PENDIDIKAN FORMAL

Tahun 2008 – 2014 : SD IT Al – Furqon Palembang
Tahun 2014 – 2017 : MTS Sunan Pandanaran Yogyakarta
Tahun 2017 – 2020 : SMA IT Izzuddin Palembang

PENGALAMAN ORGANISASI

Tahun 2018 – 2020 : Osis
Tahun 2021 – 2022 : Imaje FE Unsri

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK.....	xii
RIWAYAT HIDUP.....	xiii
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB 1 PENDAHULUAN	6
1.1 Latar Belakang	6
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
BAB 2 STUDI KEPUSTAKAAN	16
2.1 Atribut Produk.....	16
2.2 Dimensi Atribut Produk	16
2.3 Keputusan Pembelian.....	21
2.4 Faktor Keputusan Pembelian	22
2.5 Tahapan Keputusan Pembelian.....	22
2.6 Indikator Keputusasn Pembelian.....	23
2.7 Penelitian Terdahulu	24

2.8	Alur Pikir.....	31
2.9	Hipotesis.....	31
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....		33
3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	33
3.2	Rancangan Penelitiann	33
3.3	Sumber Data.....	33
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5	Populasi dan Sampel	34
3.6	Uji Instrumen	35
3.7	Teknik Analisis Data.....	36
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	39
3.9	Skala Pengukuran Variabel.....	40
3.10	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	41
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	43
4.2	Uji Instrumen	44
4.3	Karakteristik Responden	46
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	52
4.5	Teknik Analisis	55
4.6	Pembahasan Penelitian.....	61
4.7	Pembahasan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	63
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		65
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA		67

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Nama Nama Restoran di Palembang	7
Tabel 1. 2 Tabel Ulasan Pempek Saga Sudi Mampir Demang Lebar Daun	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator Penelitian	41
Tabel 4. 1 Uji Validitas	44
Tabel 4. 2 Uji Reliabilitas	46
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4. 5 Perilaku Responden Bertransaksi Dalam Seminggu.....	49
Tabel 4. 6 Perilaku Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	50
Tabel 4. 7 Perilaku Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	51
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinieritas	54
Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedatisitas.....	55
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Uji t (Parsial)	56
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Uji F (Simultan).....	58
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Alur Pikir Penelitian.....	31
Gambar 4. 1 P-PLOT Uji Asumsi Normalitas Depent Variabel : Keputusan Pembelian.....	52
Gambar 4. 2 Histogram Uji Asumsi Normalitas.....	53

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wisata kuliner sangat potensial untuk dikembangkan, kini mengeksplor kuliner suatu destinasi sudah menjadi bagian penting dalam itineraries atau rencana perjalanan yang akan dilakukan oleh wisatawan, dibandingkan mengunjungi landmark yang sudah terlalu terekspos atau pergi jalan-jalan untuk berbelanja (Sunaryo, 2019). Kuliner tradisional Indonesia muncul sebagai buah dari percampuran harmonis antara keberagaman budaya, warisan tradisional, dan kekayaan kuliner yang dimiliki oleh berbagai wilayah di seluruh kepulauan Nusantara. Kuliner adalah hasil olahan yang berupa masakan berupa lauk pauk, panganan maupun minuman (Astria, 2018). Dihasilkan dari bahan-bahan lokal yang melimpah, rempah-rempah eksotis, dan teknik memasak turun-temurun, masakan tradisional Indonesia tidak hanya mencerminkan kelezatan rasa dan aroma yang unik, tetapi juga menggambarkan nilai-nilai sosial dan budaya yang mendalam. Makanan tradisional adalah warisan makanan yang diturunkan dan telah membudaya di masyarakat Indonesia.

Kuliner khas Kota Palembang, ibukota Provinsi Sumatera Selatan, adalah salah satu warisan budaya Indonesia. Di antara berbagai hidangan yang memikat, pempek adalah salah satu yang paling mencolok. Seperti yang disampaikan (Ningrum & Arrianie, 2019) Pempek Palembang menjadi identitas lokal “wong kito galo” sebagai warisan makanan daerah yang turun dari satu generasi ke generasi berikutnya dengan berbagai macam varian cita rasa yang telah memiliki tempat dihati para penikmatnya. Perkembangan kuliner pempek di kota Palembang telah menunjukkan tren positif

dalam beberapa tahun terakhir. Seiring dengan peningkatan popularitasnya di kalangan wisatawan dan masyarakat lokal, pempek telah menjadi salah satu produk kuliner yang paling dicari dan diakui dari kota ini. Para penjual pempek di Palembang tidak hanya mempertahankan resep asli dan cita rasa yang khas, tetapi juga melakukan inovasi dalam berbagai varian pempek, mulai dari pempek lenjer, kapal selam, ada'an, hingga pempek kulit dengan penambahan beragam isian kreatif. Selain itu, adopsi teknologi dalam proses produksi dan pemasaran, serta keterlibatan dalam acara-acara promosi dan festival kuliner, telah membantu meningkatkan visibilitas dan daya tarik pempek Palembang di tingkat nasional dan internasional. Dengan demikian, pempek tidak hanya menjadi hidangan lokal yang terkenal, tetapi juga telah berkembang menjadi bagian integral dari industri kuliner yang beragam dan inovatif di kota Palembang.

Tabel 1. 1 Nama Nama Restoran di Palembang

No.	Nama Restoran	Jenis Makanan
1.	River Side Restoran	Makanan Berat
2.	Mie Celor 26	Makanan Ringan Berkuah
3.	Sri Melayu	Makanan Berat
4.	Martabak HAR	Makanan Ringan
5.	Pempek Pak Raden	Makanan Ringan
6.	Pempek Sulthan dan Pindang Agan	Makanan Ringan
7.	Pempek Beringin	Makanan Ringan
8.	Pondok Kelapa	Makanan Berat
9.	Pindang Musi Rawas	Makanan Berat
10.	Pindang Simpang Bandara	Makanan Berat
11.	Mahkota Indah	Makanan Berat
12.	Pempek Saga Sudi Mampir	Makanan Ringan
13.	Pempek Candy	Makanan Ringan

- | | |
|------------------------------|------------------------|
| 14. Restoran Kampung Kapitan | Makanan Berat & Ringan |
| 15. Mie Celor Poligon | Makanan Ringan |

Sumber : Badan Statistik Palembang

Pempek Saga Sudi Mampir adalah salah satu legenda kuliner yang telah mengukir namanya dalam sejarah kota Palembang. Pempek Saga Sudi Mampir berdiri sejak tahun 1961, sudah lebih dari 60 tahun tetap eksis menghiasi kuliner pempek dikota Palembang. Penggagas pempek sudi mampir adalah Bapak KGS Ibrahim Akil yang memulai usahanya dengan cara berkeliling kota dengan gerobak dorongnya. Pak KGS Ibrahim Akil adalah keturunan asli Palembang. Keunikan dari Pempek Sudi Mampir ini adalah pengunjung dapat menikmati Pempek yang *fresh*, karena pempek sudi mampir menyediakan *open display kitchen* atau dapur terbuka, Pempek Saga Sudi Mampir telah menjadi destinasi kuliner yang dikenal luas di Palembang, yang membuat Pempek Saga Sudi Mampir begitu istimewa adalah komitmen mereka terhadap menjaga citarasa autentik pempek Palembang. Hidangan mereka tidak hanya lezat, tetapi juga konsisten dalam rasa, tekstur, dan kebersihan. Dalam setiap gigitan, pempek yang mereka sajikan membawa Anda dalam perjalanan rasa yang menghadirkan kenangan kuliner yang tak terlupakan. Namun, pempek yang lezat ini tidak akan lengkap tanpa cuko mereka yang begitu sempurna. Cuko khas Pempek Saga Sudi Mampir merupakan sebuah karya seni yang menciptakan paduan rasa yang unik dan nikmat yang memperkaya pempek mereka.

Adapun terlampir pada data yang bersumber dari google, pempek saga mendapatkan nilai 4,4 bintang dari 1.187 ulasan pelanggan yang berbelanja di pempek saga sudi mampir demang lebar daun. Berikut ulasan dari konsumen yang berbelanja di pempek saga sudi mampir demang lebar daun Palembang :

Tabel 1. 2 Tabel Ulasan Pempek Saga Sudi Mampir Demang Lebar Daun

No	Nama Pengulas	Rating	Isi Ulasan	Kategori Ulasan
1	Andi Saputra	5/5	Pempek sangat enak, rasa ikannya kuat. Pelayanan ramah dan cepat.	Kualitas Produk, Pelayanan
2	Rina Dewi	4/5	Pempek cukup enak, tapi harga sedikit mahal. Tempat bersih dan nyaman.	Kualitas Produk, Harga, Fasilitas
3	Budi Santoso	5/5	Favorit keluarga kami, selalu beli di sini karena pempeknya enak.	Loyalitas, Kualitas Produk
4	Dedi Kurniawan	5/5	Pempek kapal selamnya luar biasa! Rasa ikannya enak dan kuat.	Kualitas Produk
5	Lina Prasetyo	4/5	Pempek lenjernya empuk dan enak. Harganya juga sebanding dengan kualitas.	Kualitas Produk, Harga
6	Wahyu Pradana	5/5	Kuah cuko sangat lezat, pempek lembut dan enak.	Kualitas Produk
7	Antonius Wahyu	5/5	Pempek panggangnya enak dan teksturnya lembut.	Kualitas Produk
8	Dita Ramadhani	3/5	Pempeknya enak, tapi waktu tunggu agak lama saat ramai.	Kualitas Produk, Pelayanan
9	Irma Wati	4/5	Tempat bersih dan pelayanan ramah. Harga sesuai kualitas.	Fasilitas, Pelayanan, Harga
10	Ferry Gunawan	5/5	Pempek favorit keluarga. Rasanya selalu enak dan konsisten.	Loyalitas, Kualitas Produk
11	Siti Nurhaliza	2/5	Rasanya biasa saja, kurang gurih. Cukonya terlalu encer.	Kualitas Produk
12	Desi Amelia	2/5	Pempek terlalu keras, sambalnya kurang pedas.	Kualitas Produk
13	Rahmat Hidayat	3/5	Rasanya lumayan, tapi menurut saya terlalu mahal untuk porsi segitu.	Harga, Kualitas Produk
14	Nia Ardiani	2/5	Pempek kurang fresh, mungkin karena sudah disimpan lama.	Kualitas Produk
15	Arman Saputra	3/5	Pempek enak, tapi cuko terlalu manis, kurang sesuai selera saya.	Kualitas Produk

Sumber : Google Review

Berdasarkan ulasan Google Review, mayoritas pelanggan memberikan penilaian positif terhadap Pempek Saga Sudi Mampir, dengan 10 dari 15 ulasan secara eksplisit menyebutkan bahwa rasa pempek dinilai enak dan memuaskan. Beberapa pelanggan bahkan menyatakan bahwa pempek ini menjadi favorit keluarga dan langganan setiap kali berkunjung ke Palembang. Rasa ikan yang kuat, tekstur yang lembut, serta kuah cuko yang lezat menjadi faktor utama yang sering disebutkan dalam ulasan dengan rating 4 dan 5.

Namun, terdapat 5 ulasan dengan rating rendah (2 atau 3) yang menyoroti aspek negatif, seperti rasa pempek yang dinilai kurang gurih, terlalu keras, atau cuko yang terlalu manis dan encer. Beberapa pelanggan juga merasa bahwa pempek yang disajikan kurang fresh atau harga yang dirasa tidak sebanding dengan porsi yang diterima.

Secara keseluruhan, analisis ulasan ini menunjukkan bahwa kualitas rasa pempek merupakan atribut produk yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Meskipun sebagian pelanggan memberikan catatan terkait harga, pelayanan, dan konsistensi rasa, kualitas rasa tetap menjadi faktor penentu keputusan pembelian dan loyalitas konsumen. Hal ini menegaskan bahwa menjaga kualitas rasa dan pengalaman pelanggan adalah kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan serta daya saing bisnis.

Atribut produk merujuk pada karakteristik khusus yang membedakan suatu produk dari produk lainnya di pasaran. Menurut (Kotler & Armstrong, 2018) atribut produk digunakan untuk mengembangkan produk atau layanan untuk memberikan manfaat yang akan ditawarkan. Atribut produk merupakan faktor yang membedakan produk yang ditawarkan pebisnis yang satu dengan yang lainnya (Surianti et al.,

2023). Atribut produk sangat penting dalam mempengaruhi persepsi konsumen dalam membangun loyalitas merek, serta membedakan produk dari pesaing di pasar. Dengan memahami dan mengelola atribut produk dengan baik, pempek saga sudi mampir dapat mencapai diferensiasi yang jelas, memenuhi kebutuhan pelanggan, serta meningkatkan nilai dan daya tarik produk di pasar kuliner yang kompetitif.

Kualitas produk adalah aspek utama yang menentukan tingkat kepuasan konsumen, reputasi merek, dan keberhasilan jangka panjang (Kotler & Armstrong, 2018). Kualitas Produk merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi seberapa besar kemungkinan orang untuk membeli suatu produk (Novaldi et al., 2023). Kualitas produk merujuk pada sejauh mana produk tersebut memenuhi atau melebihi harapan konsumen dalam hal kinerja, keandalan, daya tahan, desain, dan kesesuaian dengan tujuan penggunaan. Kualitas suatu produk adalah kemampuan yang bisa dinilai dari suatu produk didalam menjalankan fungsinya, yang merupakan suatu gabungan dari daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk (Emor et al., 2019). Peningkatan kualitas produk tidak hanya mencakup keunggulan teknis, tetapi juga aspek-aspek seperti keamanan, keberlanjutan, dan pengalaman pengguna. Dengan fokus pada kualitas produk, Saga Sudi Mampir dapat membangun citra positif, mempertahankan loyalitas pelanggan, dan mendapatkan keunggulan kompetitif.

Pempek saga sudi mampir memiliki kemampuan yang luar biasa dalam menjaga kualitas produk dan kepuasan konsumen mereka, sehingga menciptakan kesan yang sangat baik kepada pelanggannya. Aspek lain seperti daya tahan dan konsistensi dalam menjaga kualitas produk yang mereka miliki saga sudi mampir sangat dapat dipercaya, dapat dilihat dari segi pemilihan bahan baku berkualitas yang mereka

gunakan dalam proses produksi, membuktikan bahwa saga sudi mampir sangat menjaga kualitas dan mutu dari produk yang mereka gunakan, dan juga mereka menyediakan pilihan yang bisa dibawa sebagai oleh-oleh, hal ini bisa menjadi salah satu alasan konsumen dalam memilih saga sudi mampir untuk menjadikan produk mereka sebagai buah tangan untuk dibawa, dengan adanya pilihan pempek *vaccum* membuat daya tahan produk mereka bisa unggul dipersaingan kuliner pempek di kota Palembang.

Fitur produk merupakan serangkaian atribut dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu produk dan memberikan manfaat atau nilai tambah bagi konsumen. Berbagai produk yang serupa dapat dilihat berbeda oleh konsumen dari perbandingan fitur di dalamnya, yaitu perbandingan kelengkapan fitur, kecanggihan fitur atau keistimewaan yang ditonjolkan dari satu fitur di suatu produk dibandingkan dengan produk lain (Alana et al., 2012). Fitur produk dapat meliputi berbagai hal, seperti keberagaman fitur, kualitas fitur, kepentingan fitur, kelengkapan fitur. Pentingnya fitur produk terletak pada kemampuannya untuk memenuhi keinginan konsumen. Saga sudi mampir menerapkan beberapa aspek dalam fitur produk yang membuat konsumen menjadikannya pilihan dalam pengambilan keputusan dibandingkan produk yang sama dipasaran.

Fitur produk sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Saga sudi mampir memiliki keanekaragaman produk yang membuat konsumen puas dengan produk yang mereka miliki, tidak hanya menyediakan pempek saja, saga sudi mampir juga menyediakan menu lain demi mencapai keberagaman produk yang membuat konsumen sangat suka, dan juga fitur yang disediakan saga sudi mampir yaitu layanan ojek online yang sangat penting di era

teknologi sekarang, saga sudi mampir tidak ingin tertinggal oleh zaman yang serba digital seperti saat ini, dan juga demi mencapai kemudahan konsumen dalam mencapai produk mereka. Serta metode pembayaran di saga sudi mampir juga bisa dengan metode *cashless* yang memudahkan konsumen dalam melakukan pembayaran, seperti yang kita tahu saat ini banyak orang yang lebih menyukai metode pembayaran *cashless* dibandingkan tunai karena itu sangat memudahkan mereka dalam melakukan pembayaran.

Desain merupakan perencanaan dalam pembuatan sebuah objek, sistem, komponen atau struktur (Hamidah, Siti; Anita, 2013). Desain produk merupakan totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan (Kotler & Armstrong, 2018). Desain produk merujuk pada proses menciptakan produk yang menggabungkan estetika, fungsi, ergonomi, dan kepuasan pengguna dengan cara yang efektif dan efisien. Desain produk yang baik memainkan peran penting dalam memikat konsumen, membedakan produk dari pesaing, serta menciptakan pengalaman pengguna yang menyenangkan dan memuaskan. Desain yang baik tidak hanya mempunyai andil dalam penampilan produk tetapi juga dalam manfaatnya (Alana et al., 2012). Proses desain produk melibatkan penelitian dan pengetahuan tentang kebutuhan konsumen, dan tren pasar yang kemudian diimplementasikan dalam pengembangan suatu produk.

Dengan pengembangan pada desain produk yang inovatif dan menarik, pempek saga sudi mampir mampu memenuhi harapan konsumen dalam hal inovasi dan pengalaman kepada konsumen. Saga sudi mampir kini tidak hanya sekedar menjual pempek saja, namun juga menyediakan menu lain sebagai bentuk inovasi yang mereka sediakan seperti nasi goreng, pindang, dan banyak macam lainnya. Saga sudi

mampir juga menerapkan *open display kitchen* yang merupakan variasi desain yang diterapkan oleh mereka, dimana saat ini banyak orang tidak hanya mencari rasa namun juga pengalaman baru dalam menikmati makanan sehingga tidak hanya produk mereka saja yang dapat dinikmati konsumen, namun juga ada pengalaman lebih yang membuat saga sudi mampir diminati oleh para konsumen setia mereka.

Keputusan pembelian adalah serangkaian faktor dan pertimbangan yang memengaruhi konsumen dalam memilih dan membeli suatu produk atau layanan. Keputusan pembelian adalah sebagai keinginan konsumen untuk membeli suatu produk (Emor et al., 2019). Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai hal, termasuk kemantapan para produk itu sendiri, kebiasaan dalam pembelian produk, dan memberikan rekomendasi produk kepada orang lain. Faktor-faktor ini bersama-sama berperan dalam membentuk persepsi konsumen terhadap nilai produk dan keputusan akhir untuk membeli atau tidak. Berdasarkan permasalahan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada **“Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pempek Di Saga Sudi Mampir Demang Lebar Daun Palembang”** baik secara simultan ataupun parsial.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang dikemukakan penulis yaitu :

1. Apakah atribut produk memiliki pengaruh pada keputusan pembelian konsumen di pempek saga sudi mampir baik secara simultan maupun parsial?
2. Variable apa dalam atribut produk yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen di pempek saga sudi mampir?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini ialah :

1. Untuk mengetahui faktor apa dalam atribut produk yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di pempek saga sudi mampir?
2. Untuk mengetahui variabel mana dalam atribut produk yang memiliki pengaruh paling besar dalam keputusan pembelian konsumen di pempek saga sudi mampir demang lebar daun Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memperluas pengetahuan dalam pemahaman mengenai ilmu manajemen pemasaran mengenai atribut produk dan keputusan pembelian

1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dan masukan pada pempek saga sudi mampir dalam menentukan kebijakan mengenai atribut produk dan keputusan pembelian konsumen demi meningkatkan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alana, A. Y., Hidayat, W., & W, H. D. (2012). Pengaruh Citra Merek, Desain, dan Fitur Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Diponegoro) Aditya Yessika Alana, Wahyu Hidayat, Handoyo Djoko W. *Ilmu Administrasi Bisnis S1*, 2(2), 1–9.
- Apriliani, Y., Alam, A. S., & Sulistiawan, R. S. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tomat Di Pasar Muka Cianjur. *Jurnal Administrasi Bisnis (JUBIS)*, 1(2), 73. <https://doi.org/10.35194/jubis.v1i2.1935>
- Asmi, A., Ahmad, M. I. S., Nurdiana, N., Mustari, M., & Tahir, T. (2021). Apakah Kualitas Produk dan Lokasi Usaha Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UMKM Bidang Kuliner? *Business and Accounting Education Journal*, 2(3), 244–251. <https://doi.org/10.15294/baej.v2i3.55828>
- Astria, S. (2018). Kampong Kuliner Palembang di Sumatera Selatan. *Universitas Atma Jaya Yogyakarta*. <https://core.ac.uk/download/pdf/196255743.pdf>
- Aunillah, N., & Himawan, A. F. I. (2023). Pengaruh E-Commerce Shopee, Kualitas Produk dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Snack. *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 2(2), 108. <https://doi.org/10.30595/jmbt.v2i2.15254>
- Dachlani, A. H., & Soebiantoro, U. (2023). The Influence of Product Quality, Perceived Price, and Brand Image on Purchasing Decisions of Nescafe Instant Coffee Powder in Surabaya. *International Journal of Economics (IJEK)*, 2(2), 340–348. <https://doi.org/10.55299/ijec.v2i2.529>
- Daeli, G. A., Bakkareng, B., & Delvianti, D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Santan Cocomas pada PT. Bumi Sarimas Indonesia. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 12. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>
- Eldisthia, E., Setiawan, B., & Muhaimin, A. W. (2023). the Influence of Product Attributes, Consumer Attitude and Consumer Interest on the Purchase Decision of

- Local Orange Fruit in Malang City. *Agricultural Socio-Economics Journal*, 23(1), 53–58. <https://doi.org/10.21776/ub.agrise.2023.023.1.7>
- Emor, J. I., Tumbuan, W. J. F. ., & Rogi, M. H. (2019). Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Rm. Bakso Solo Pak Eko Di Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4), 5407–5415.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/26309>
- Fauziyah, A., Nur, Y., & Z, N. (2023). *PENGARUH LIFESTYLE, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPI BREAK DI KOTA MAKASSAR*. 142–156.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (Ed.9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamidah, Siti; Anita, D. (2013). Analisis Persepsi Citra Merek, Desain, Fitur Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Berbasis Android (Studi Kasus Stie Pelita Indonesia). *Igarss 2014*, 21, 1–20.
- Handayani, F. F., & Purnama, S. (2023). The Influence of Product Quality and Electronic Word of Mouth on Purchasing Decisions at Dessert Box Bittersweet by Najla. *Formosa Journal of Sustainable Research*, 2(4), 871–886.
<https://doi.org/10.55927/fjsr.v2i4.3752>
- Hartuti, E. T. K., Rahman, A. S., & Septiani, Y. (2023). Pengaruh Atribut Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Penawaran Herbalife Nutrition Mix Shake di 8fit Club Ciledug Tangerang. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 3(3), 389. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v3i3.31999>
- Karimah, A. (2019). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN MINYAK GORENG KEMASAN DI KOTA MEDAN*. 1(August 2022).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing, Seventeenth Edition* (17th editi). Pearson.

- Nasution, D. Z., & Blanco, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kaulitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di One Zo Pantai Indah Kapuk. *YUME : Journal of Management*, 6(1), 307. <https://doi.org/10.37531/yum.v6i1.3653>
- Ningrum, D. P., & Arrianie, L. (2019). Potensi Kuliner Pempek Dalam Membangun Ikon Kota Palembang. *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 187–196. <https://doi.org/10.35760/mkm.2019.v3i2.2245>
- Novaldi, M., Arsa, A., & Zahara, A. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada UMKM Pak Dj Oleh-oleh Khas Jambi). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1, 81–93.
- Nurhayati, R., Hasanuddin, M., & Suyandi, D. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Lemonilo. *LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 2(2), 15–29. <https://doi.org/10.15575/likuid.v2i2.17401>
- Oktrichaendy, F. O., Pradhanawati, A., & Waloejo, H. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Lost In Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 452–460. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34971>
- Pahlevi, A. S., & Sutopo. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepede Motor Matic (Studi Pada Yamaha Mataram Sakti Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 6(1), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>
- Ramahdani, N. I., & Failiantina, E. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FORE COFFEE. *Pengaruh Kompensasi Dan Beban Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Di Departemen Operasi PT. Pupuk Sriwidjaja Palembang*, 1(2), 51–62.
- Sinambela, E. A., Azizah, R. N., Lestari, U. P., Ernawati, E., & Issalillah, F. (2022). Pengaruh Atribut Produk, Kepercayaan Merek, Negara Asal Terhadap Niat Beli Pada Konsumen Minuman Probiotik Yakult. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 2(4), 107–113. <https://doi.org/10.47065/jtear.v2i4.269>

- Sopiah, S., & Sangadji, E. M. (2016). *Salesmanship* (S. Suryani & M. A. Liane (eds.)). Bumi Aksara.
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunaryo, N. A. (2019). Potensi Wisata Kuliner Di Indonesia : Tinjauan Literatur. *Seminar Nasional INOBALI 2019*, 235–242.
- Surianti, S., Minarti, A., Rahmah, P., Amrial, A., & Nurmilasari, N. (2023). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Bolu Cukke' Sunrise-Q Soppeng*. 1(1), 1–12.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset.
- Wahono, B., & Novianto, A. S. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Produk Macaronicuk Studi Kasus Reseller Macaronicuk Provinsi Jawa Timur*. 2(August), 373–385.
- Widodasih, R. . W. K., Putri, R. E., & SBR, K. (2023). The Effect of Price, Product Quality and Promotion on Purchasing Decisions at UMKM Baso Aci Mba Pit in Jonggol. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 2(6), 1073–1080.
<https://doi.org/10.55927/fjmr.v2i6.4656>
- Yudya Saraswati, Y., Ummul Muzayyanah, M. A., & Sulastri, E. (2023). Product's Attribute and Consumer Perception in Purchasing Decision: the Case of Young Adult's Yoghurt Consumption. *Buletin Peternakan*, 47(2), 111.
<https://doi.org/10.21059/buletinpeternak.v47i2.74451>