

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI DI TOKO ROTI NENG'S
BAKERY DAN CAFE INDRALAYA**



ASLI
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
05/02/2021

Skripsi Oleh:

Dede Yonas Saputra

01011181320069

Manajemen

Ditajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2020

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ROTI DI TOKO ROTI NENG'S BAKERY DAN CAFE
INDRALAYA

Disusun Oleh :

Nama : Dede Yonas Saputra

NIM : 01011181320069

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 18 Agustus 2020 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

ASLI
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UIN-DR
05/02/2021

Panitia Ujian Komprehensif
Indralaya, 18 Agustus 2020

Ketua

Welly Nailis, S.E., M.M
NIP.197407102008011011

Anggota

Dessy Yunita, SE, MM, MBA
NIP. 198106302014092003

Anggota

Dr. Kemas Muhammad Husni Thamrin, S.E., M.M
NIP.197407102008011011

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Isni Andriana, SE., M.Fin., Ph.D
NIP. 197509011999032001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dede Yonas Saputra
NIM : 01011181320069
Fakultas : Ekonomi
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen
Fakultas : Manajemen Pemasaran

Menyatakan Dengan Sesungguhnya Bahwa Skripsi Yang Berjudul :
Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pemebelian Roti Di
Toko Roti Neng's Bakery Dan Café Indaralaya.

Pembimbing :

Ketua : Welly Nailis, S.E., M.M.,
Anggota : Dessy Yunita, S.E., M.M, MBA
Tanggal Ujian : 18 Agustus 2020

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 sebenarnya dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, Saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Palembang, 18 Agustus 2020

Membuat Pernyataan,



Dede Yonas Saputra
NIM.01011181320069

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Barang siapa ingkar kepada Thagut dan beriman kepada Allah, maka sungguh, dia telah berpegang (teguh) pada tali yang sangat kuat yang tidak akan putus.

(QS.Al-Baqarah ayat 256)

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- ❖ Allah SWT
- ❖ Kedua Orang Tua
- ❖ Keluarga Tercinta
- ❖ Sahabat-sahabat tersayang
- ❖ Teman Seperjuangan
- ❖ Agama dan Almamater

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PengaruhHargaDanKualitas Produk TerhadapKeputusanPembelian Roti Di Toko Roti Neng’s Bakery Dan Cafe Indralaya”**.Penulis menyusun skripsi ini untuk memenuhi persyaratan kelulusan dalam meraih gelar sarjana ekonomi Program Strata satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas tentang PengaruhHargaDanKualitas Produk TerhadapKeputusanPembelian Roti Di Toko Roti Neng’s Bakery Dan Cafe Indralaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, sehingga penulis membutuhkan adanya kritik dan saran yang membangun untuk evaluasi di masa yang akan datang.

Palembang, 18 Agustus 2020

Penulis,

Dede Yonas Saputra

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Pada kesempatan ini, secara khusus penulis dengan setulus hati mengucapkan terima kasih, dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak atas doa, bimbingan, dukungan, motivasi, dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan Strata Satu (S1) ini, terutama kepada:

1. Allah SWT, atas segala berkat, rahmat, kemudahan, kelancaran dan petunjuk, yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kepada kedua orang tua tercinta, saudara-saudara saya yang selama ini telah membantu peneliti dalam bentuk perhatian, kasih sayang, semangat, serta doa yang tidak henti-hentinya mengalir demi kelancaran dan kesuksesan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Welly Nailis, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan waktu, membimbing, mengoreksi, memberikan saran serta memotivasi kepada penulis selama penelitian dan penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dessy Yunita, SE, MM, MBA selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan waktu, mengoreksi, dan memberikan saran kepada penulis selama penelitian dan penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Kemas Muhammad Husni Thamrin, S.E., M.M. selaku dosen penguji pada saat seminar proposal yang telah menguji serta memberikan saran dalam perbaikan proposal maupun skripsi, sekaligus Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
6. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
7. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE. selaku Rektor Universitas Sriwijaya.

8. Bapak/ Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, terima kasih atas ilmu pengetahuan yang telah kalian berikan kepada penulis selama masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
9. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, yang telah membantu selama masa perkuliahan selama ini terutama Kak Helmi dan Mbak Ambarwati
10. Seluruh orang-orang yang membersamai dalam menempuh skripsi saya. Bagus, Andre, Kinan, Rastra, Rakai, Astri, Nanang, Tiar, Dedek, Kibo dan Sahabat Bocah Ayam yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
11. *My Support System* Zakia Silvana yang sudah banyak membantu, memberi masukan, motivasi serta dukungan tanpa hentinya.
12. Seluruh teman-teman Manajemen 2013 Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya khususnya mahasiswa Manajemen Pemasaran yang bersama-sama melalui masa suka dan duka di perkuliahan. Semoga kita selalu bersama dan sukses untuk kedepannya .
13. Semua pihak yang telah membantu, yang terlibat dalam penulisan skripsi ini yang tidakbisa disebutkan satu per satu dengan tulus dan ikhlas membantu dan mendoakan penulis.

Penulis ini menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penulisan yang baik di masa yang akan datang. Penulis ini juga berharap agar laporan akhir ini bermanfaat bagi semua pihak membutuhkan. Amiiin.

Penulis,

Dede Yonas Saputra
NIM. 01011181320069

ABSTRAK

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI DI TOKO ROTI NENG'S BAKERY DAN CAFE INDRALAYA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Roti pada Neng's Bakery dan Cafe Indralaya. Jenis penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli Toko Roti Neng's Bakery dan Cafe yang terletak di Indralaya. Pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah harga (X1), kualitas produk (X2), sedangkan variabel terikat (Y) adalah keputusan pembelian konsumen. Metode pengumpulan data dengan metode kuesioner. Metode analisis yang digunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS. Secara parsial harga, dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko roti neng's bakery dan cafe indralaya.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Dan Keputusan Pembelian Konsumen.

ABSTRACT

INFLUENCE OF PRODUCT PRICE AND QUALITY ON BREAD PURCHASE DECISIONS AT BREAD SHOP NENG'S BAKERY AND CAFÉ INDRALAYA

This study aims to determine whether the price and product quality affect the decision to purchase bread at Neng's Bakery and Cafe Indralaya. This type of research is a quantitative descriptive study. The population in this study were buyers of Neng's Bakery and Cafe located in Indralaya. Sampling using convenience sampling. The independent variable in this study is price (X1), product quality (X2), while the dependent variable (Y) is consumer purchasing decisions. The method of collecting data using a questionnaire method. The analysis method used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis with the SPSS program. Partially, price and product quality have a significant effect on consumer purchasing decisions at Neng's bakery and cafe Indralaya.

Keywords: Price, Product Quality, and Consumer Purchase Decisions

SURAT PERNYATAAN

Kami Dosen Pembimbing Skripsi menyatakan bahwa abstraks skripsi dari mahasiswa:

Nama : Dede Yonas Saputra
NIM : 01011181320069
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul: **Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Roti Di Toko Roti Neng's Bakery Dan Cafe Indralaya**. Telah kami periksa cara penulisan *grammar* maupun susunan *tenses* dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Ketua,



Welly Nailis, S.E., M.M.,
NIP. 197407102008011011

Anggota,



Dessy Yunita, S.E., M.M., MBA
NIP. 198106302014092003

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Dede Yonas Saputra
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat, Tanggal Lahir: Lubuklinggau, 27 Desember 1995
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Jl. Kenanga II No. 15 RT. 03 Kel. Pasar Satelit
Kec. Lubuklinggau Utara II.
Alamat E-mail : dedeyonass@gmail.com
Pendidikan Formal
TK : TK Bhayangkara Lubuklinggau
Sekolah Dasar : SD N 27 Lubuklinggau (Lulusan 2007)
SMP : SMP N 3 Lubuklinggau (Lulusan 2010)
SMA : SMA S Yadika Lubuklinggau (Lulusan 2013)
Pengalaman Organisasi : 2014-2015 Anggota Bid. Olahraga dan Seni BEM FE
2014-2015 Divisi Vokal UKM Harmoni Unsri
2014-2015 Anggota Bid. Olahraga dan Seni IKMS
2014-2015 Anggota Bid. Olahraga dan Seni IKAMMA
2015-2016 Wakil Menteri II Sosmas BEM FE
2015-2016 Anggota Entrepreneur in Team FE



DAFTAR ISI

| | |
|---|----------|
| JUDUL | i |
| PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF | ii |
| PERSETUJUAN SKRIPSI | iii |
| PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH | iv |
| MOTTO | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| UCAPAN TERIMA KASIH | vii |
| ABSTRAK | ix |
| ABSTRACT | x |
| SURAT PERNYATAAN ABSTRAK | xi |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | xii |
| DAFTAR ISI | xiii |
| DAFTAR TABEL | xv |
| DAFTAR GAMBAR | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 LatarBelakangMasalah..... | 1 |
| 1.2 RumusanMasalah | 7 |
| 1.3 TujuanPenelitian | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1 LandasanTeori..... | 9 |
| 2.1.1 Pemasaran..... | 9 |
| 2.1.2 Harga..... | 16 |
| 2.1.3 Kualitas Produk | 19 |

| | |
|---|-----------|
| 2.1.4 Keputusan Pembelian Produk..... | 23 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu..... | 27 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 30 |
| 2.4 Hipotesis..... | 31 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 32 |
| 3.1 Variabel dan Definisi Operasional Variabel..... | 32 |
| 3.2 Populasi dan Sampel Penelitian..... | 34 |
| 3.3 Metode Pengumpulan Data..... | 35 |
| 3.4 Validasi dan Reliabilitas..... | 36 |
| 3.5 Uji Asumsi Klasik..... | 37 |
| 3.6 Teknik Analisa..... | 38 |
| 3.7 Uji Hipoesis..... | 39 |
| 3.8 Teknik Analisa..... | 30 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 41 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 41 |
| 4.2 Karakteristik Responden..... | 41 |
| 4.3 Uji Instrumen..... | 43 |
| 4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik..... | 46 |
| 4.5 Teknik Analisa..... | 51 |
| 4.6 Uji Hipotesis..... | 52 |
| 4.7 Pembahasan..... | 56 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 60 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 60 |
| 5.2 Keterbatasan..... | 60 |
| 5.3 Saran..... | 61 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 62 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Daftar Harga Roti Toko Neng's Bakery..... | 5 |
| Tabel 1.2 Daftar Omset Penjualan Neng's 5 Bulan Terakhir..... | 5 |
| Tabel 1.3 Daftar Pesaing Neng's Bakery dan Café..... | 6 |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian | 34 |
| Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 41 |
| Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur..... | 42 |
| Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 42 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 43 |
| Tabel 4.5. Hasil Uji Validasi | 44 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas | 45 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas | 48 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda | 51 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi..... | 53 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji t..... | 54 |
| Tabel 4.11 Uji F..... | 56 |
| Tabel 4.12 Rekapitulasi Hipotesis | 56 |

DAFTAR GAMBAR

Halaman

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Jumlah Kendara Bermotor Menurut Jenis Tahun 2015 | 2 |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran | 30 |
| Gambra 2.1 Uji Normalitas | 46 |

BAB I

PENDAHULAN

1.1 LatarBelakang

Perkembangan bisnis di era Abad ke-21 telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Satria, 2017)

Tidak terkecuali bisnis kuliner yang perkembangannya saat ini semakin pesat, cepat, dan beraneka-ragam seiring dengan tuntutan kebutuhan hidup masyarakat yang semakin kompleks akibat perubahan gaya hidup. Berbagai macam konsep, bentuk, serta cita rasa yang ditawarkan oleh para pelaku bisnis kuliner ini yang bertujuan untuk dapat memanjakan mata sekaligus lidah dari para penikmat kuliner. Banyak sekali jenis makanan, minuman, sampai jajanan (snack) ditawarkan dengan harga yang sangat bervariasi menurut target pasar yang dituju.

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah

produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing (Ujang Sumarwan, 2014) . Pengambilan keputusan pembeli dipengaruhi kemampuan perusahaan menarik pembeli, dan selain itu juga dipengaruhi faktor-faktor diluar perusahaan baik dari segi harga maupun kualitas produknya.

Faktor paling penting yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Harga juga merupakan jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. (Rawung et al., 2015). Definisi harga menurut (Riyono & Budiharja, 2016) Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang di mana berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepaskan barang atau jasa sedangkan yang dipakai sebagai alat pengukurnya adalah uang.

(Sari & Yuniati, 2016) mengatakan Harga sangat menentukan kelangsungan perusahaan, karena harga merupakan pondasi laku atau tidaknya suatu produk atau barang tersebut ketika dijual. Sehingga, harga hanya dipatok dengan carayang

kompetitif, antara pebisnis satu atau dengan yang lainnya tidak boleh menggunakan cara-cara yang saling merugikan. Jadi kualitas dan harga adalah variabel pilihan penting bagi konsumen, sehingga harga suatu produk sangat menentukan kualitasnya.

Faktor lain yang menentukan keputusan pembelian konsumen adalah kualitas produk. Menurut (Putro et al., 2014) Kualitas produk adalah suatu bentuk barang atau jasa yang diukur dalam ketinggian standar mutu keandalan, keistimewaan tambahan, fitur, kadar, cita rasa, serta fungsi kinerja dari suatu produk yang dapat memenuhi ekspektasi konsumen ataupun pelanggan.

Perusahaan yang dapat memuaskan sebagian besar kebutuhan konsumen atau pelanggan adalah perusahaan yang berkualitas. Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat. Jelas ini adalah definisi kualitas yang berpusat pada pelanggan. Pelanggan memiliki kebutuhan dan pengharapan tertentu. Kita dapat menyatakan bahwa seorang penjual berkualitas apabila produk dan pelayanannya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Suwardika & Mustanda, 2017)

(Yanto, 2017) lebih lanjut menjelaskan Kualitas harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga selera

konsumen disini juga sangat berpengaruh. Jadi dalam mengelola kualitas suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan oleh konsumen. Dalam hal ini yang penting adalah menjaga konsistensi dari output produk pada tingkat kualitas yang diinginkan dan diharapkan konsumen. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya. Kemampuan itu meliputi: daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan untuk dioperasikan dan diperbaiki, serta atribut yang berharga pada produk secara keseluruhan. (Zulaicha & Irawati, 2016) berpendapat bagi konsumen harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Bagi perusahaan penetapan harga merupakan cara untuk membedakan penawarannya dari para pesaing.

Neng's Bakery dan Cafe merupakan usaha pembuatan berbagai jenis roti. Tersedia 40 varian roti disini, dalam sehari Neng's Bakery dan Cafe memproduksi 300 roti dengan harga rata-rata Rp. 7000,- /roti. Produksi Neng's bakery dikerjakan di dua tempat berbeda yaitu pada pada neng's bakery cabang serumpun dan Neng's bakery jalan lintas timur KM. 33 timbangan. Dalam Proses pembuatannya tidak dilakukan secara manual maupun menggunakan mesin. Neng's

Bakery dan café tidak hanya melayani penjualan di tempat saja tapi juga melayani pemesanan untuk berbagai macam acara.

Tabel 1.1
Daftar Harga Roti Toko Neng's Bakery

| Nama Kue | Harga (Rp) | Nama Kue | Harga (Rp) |
|---------------------|-------------------|---------------------------|-------------------|
| Risoles Sayur | 7.000 | Roti Coklat Muijes Gulung | 8.500 |
| Risoles <u>Ayam</u> | 7.500 | Roti Kismis | 8.500 |
| Risoles Sapi | 7.500 | Roti Kelapa | 8.500 |
| Pastel Ayam | 8.000 | Chocolate John | 8.500 |
| Pastel Kari Sapi | 8.000 | Kroket Daging | 8.500 |
| Lemper Ayam | 8.000 | Banana Crepes | 8.500 |
| Coffee Taartjess | 8.300 | Tiramisu Taartjes | 8.800 |
| Strawberry Taartjes | 8.300 | Black Forest Taartjes | 8.800 |
| Lemon Taartjes | 8.300 | Roti Coklat | 8.500 |
| Orange Taartjes | 8.300 | | |
| Nougat Taartjes | 8.300 | | |

Sumber: Neg's Bakey dan Café

Tabel 1.2
Daftar Omset Penjualan Neng's 5 bulan terakhir

| Bulan | Omset Penjualan |
|--------------|------------------------|
| Januari | Rp 30.500.000 |
| Februari | Rp 29.500.000 |
| Maret | Rp 27.000.000 |
| April | Rp 26.300.000 |
| Mei | Rp 22.497.000 |

Sumber: Neg's Bakey dan Café

Dapat dilihat tabel diatas, omset penjualan took roti neng's bakery mengalami penurunan selama 5 bulan terakhir. Hal ini menurut piak neng's bakery disebabkan oleh naiknya harga bahan pokok untuk membuat roti, sehingga

perusahaan harus mengurangi kualitas produk dari roti tersebut. Hal ini berdampak pada turunya minat konsumen untuk membeli roti. Munculnya pesaing baru juga menjadi penyebab turunya omset penjualan roti.

Tabel 1.3
Daftar Pesaing Neng's Bakery dan Café

| No. | Daftar Pesaing |
|-----|-------------------------|
| 1 | Zahra Donut |
| 2 | Agata Cake |
| 3 | Super Bakery |
| 4 | Yan's Cake and Brownies |
| 5 | Tiga Putri cake |
| 6 | Ruma Kue |
| 7 | Dewi Cake |

Sumber: Neg's Bakery dan Café

Tabel 1.3 memperlihatkan beberapa pesaing Neng's Bakery dan Cafe. Beberapa pesaing di atas sudah memiliki brand di mata masyarakat dan sudah memiliki konsumen tetap sehingga patut untuk diperhitungkan. Harga yang ditawarkan berkisar antara Rp. 5000- Rp. 6500 jauh dibawah harga nengs bakery.

Agar dapat bersaing, usaha Neng's Bakery dan café harus memiliki strategi- strategi penjualan dan dapat lebih meningkatkan penjualan. Oleh karena itu penulis mencoba meneliti seberapa efektifkah strategi yang berkaitan dengan harga dan kualitas produk yang dilakukan oleh Neg's Bakery dan Café untuk meningkatkan penjualan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti ingin meneliti lebih lanjut dan menulisnya dalam bentuk skripsi yang berjudul **"Pengaruh Harga dan**

Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Roti Pada Toko roti Neng's Bakery dan Cafe Indralaya”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dirumuskan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Produk roti pada toko roti neg's bakery dan cafe indralaya?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk roti pada toko roti neg's bakery dan cafe indralaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikanebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk roti pada toko roti nen's bakery indralaya dan cafe.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk roti pada toko roti neng's bakery indralaya dan cafe.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang hendak dicapai dengan adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai salah satu media untuk memperdalam dan meningkatkan pengetahuan tentang keputusan pembelian konsumen.
2. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu ekonomi, terutama untuk departemen Manajemen konsentrasi pemasaran serta menjadi referensi penelitian berikutnya tentang harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian konsumen bagi lembaga pendidikan tempat peneliti menimba ilmu dan beberapa tenaga pendidik lainnya.
3. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan kepada toko roti Nengs bakery dan cafe Indralaya guna menciptakan produk berkualitas dan memaksimalkan pendapatannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A. (2007). *Membaca Saham*. Yogyakarta: Andi
- Armstrong, Garry & Phillip Kotler, 2007. *Marketing an Introduction (Eight Edition)*, Pearson Prentice Hall, New Jersey
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, (2008) *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Bernstein, Gregory, (2015) *Understanding Business of Entertainment: The Legal and Business Essentials All Filmmaker Should Know*. Burlington: Focal Press
- Buchari Alma. 2007, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Etta Mamang Sangadji, Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Fandy Tjiptono, 2008 *.Strategi Pemasaran, Edisi III*, Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Hasan, Ali. (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Cetakan Pertama. Jakarta. Penerbit: CAPS (Center for Academic publishing Service).
- James F. Engel (1994), pengertian perilaku konsumen, dalam buku *Perilaku Konsumen*, Edisi 6: jilid 1. Penerbit Binarupa Aksara.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, 1996, “*Manajemen Pemasaran: Maketing Management 9e*”, Jakarta, PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Margaretha S. & Edwin Japarianto (2012). *Analisa Pengaruh Food Quality & Brand Image terhadap Keputusan Pembeli Roti Kecil Toko Roti Ganep’s di Kota Solo*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Nitisemito Alex, 1992, *Menejemen Personalia*, Jakarta: Penerbit Erlangga,
- Bernstein, Gregory, (2015) *Understanding Business of Entertainment: The Legal and Business Essentials All Filmmaker Should Know*. Burlington: Focal Press

- Buchari Alma. 2007, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Etta Mamang Sangadji, Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Fandy Tjiptono, 2008 .*Strategi Pemasaran, Edisi III*, Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Hasan, Ali (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Cetakan Pertama. Jakarta. Penerbit: CAPS (Center for Academic publishing Service).
- James F. Engel (1994), pengertian perilaku konsumen, dalam buku *Perilaku Konsumen*, Edisi 6 jilid 1. Penerbit Binarupa Aksara.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, 1996, “*Manajemen Pemasaran: Maketing Management 9e*”, Jakarta, PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Margaretha S. & Edwin Japariato (2012). *Analisa Pengaruh Food Quality & Brand Image terhadap Keputusan Pembeli Roti Kecil Toko Roti Ganep’s di Kota Solo*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Nitisemito Alex, 1992, *Menejemen Personalialia*, Jakarta: Penerbit Erlangga,
- Putro, S., Samuel, H., & Brahmana, R. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen_pemasaran/article/view/1404
- Rawung, D. R., Oroh, S., & Sumarauw, J. S. (2015). Analisis Kualitas Produk, Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Pt. Sinar Galesong Pratama Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 1298–1308.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal Stie Semarang*, 8(2), 96–98.

- Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Harga Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–15.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan a-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 45–53.
- Suwardika, I., & Mustanda, I. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti. *None*, 6(3), 254488.
- Ujang Sumarwan. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, Ghalia Indonesia. Bogor*. 1–3.
- Yanto, T. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Swalayan Macro Mart Mojoroto Kota Kediri). *Simki-Economic*, 01(02).
- Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(2), 123. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v4i2.76>