PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSANPEMBELIAN DI PABRIK ROTI JORDAN

NGADILUWIH KEDIRI

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
MemperolehGelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UN PGRI KEDIRI

OLEH :

CLASELA AULIA SUTRAYANTI

NPM: 12.1.02.02.0236

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2016

Skripsi oleh:

Clasela Aulia Sutrayanti
NPM : 12.1.02.02.0236

Judul:

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PABRIK ROTI JORDAN NGADILUWIH KEDIRI

Telah Disetujui untuk Diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri

Tanggal :

Dosen Pembimbing I,	Dosen Pembimbing II,
Dr. Sri Aliami, S.E., M.M.	Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M.
NIDN. 0716086403	NIDN. 0730088001

Skripsi oleh:

Clasela Aulia Sutrayanti
NPM: 12.1.02.02.0236

Judul:

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PABRIK ROTI JORDAN NGADILUWIH KEDIRI

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri
Pada tanggal: _____
dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Sri Aliami, S.E., M.M. _____
2. Penguji I : Prof. Dr.Sugiono, S.Pd.,M.M. _____
3. Penguji II : Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M. _____

Mengetahui,
Dekan FE

Dr. Subagyo, M.M.
NIDN.0717066601

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PABRIK ROTI JORDAN NGADILUWIH KEDIRI

Clasela Aulia Sutrayanti
12.1.02.02.0236
Ekonomi – Manajemen
Aulia.cas@gmail.co.id
Dr. Sri Aliami dan Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M.

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Clasela Aulia Sutrayanti: Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Pabrik Roti Jordan Ngadiluwih Kediri, Skripsi, Manajemen, FE UN PGRI Kediri, 2016.

Kata kunci : Harga, kualitas produk, promosi, keputusan pembelian.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian di Pabrik Roti Jordan Ngadluwih Kediri. Subjek penelitian adalah Pabrik Roti Jordan Ngadiluwih Kediri, sedangkan yang menjadi objek penelitian adalah agen Pabrik Roti Jordan area kediri sebanyak 43 agen sebagai populasi dan 35 agen menjadi sampel penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik pengambilan sampelnya menggunakan metode *sampling jenuh*. Analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukan bahwa variabel harga, kualitas produk, dan promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

I. LATAR BELAKANG

Perkembangan bisnis dari sektor usaha makanan kecil (roti) di Indonesia telah mengalami metamorphosis yang sangat pesat untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat maupun individu yang menikmatinya. Perkembangan yang pesat pada industri ini disebabkan, karena tingginya permintaan terhadap konsumsi produk *bakery*. Produk *bakery* saat ini bukan hanya dilihat sebagai makanan sampingan, melainkan sudah menjadi makanan pokok bagi sebagian masyarakat Indonesia, terutama bagi sebagian besar masyarakat perkotaan. Mengkonsumsi roti dianggap lebih praktis bagi pola hidup masyarakat perkotaan yang cenderung sibuk dan aktif.

Tingkat konsumsi roti akan terus naik setiap tahunnya, hal ini berarti tingkat permintaan akan kebutuhan dan keinginan terhadap roti juga semakin tinggi. Dan membuat persaingan di dunia bisnis roti menjadi semakin ketat. Perusahaan dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Menurut Basu Swastha dan T Hani Handoko (2000:5) "Keputusan pembelian merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian".

Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Sehingga perusahaan harus jeli dan melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik minat konsumen. Faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen antara lain adalah faktor harga, kualitas produk, dan promosi (Kotler, 2009:82).

Menurut Gitosudarmo (2008: 272), "Harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang atau jasa atau kombinasi dari keduanya. Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya".

Kotler dan Armstrong (2008:347), "Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi, dan perbaikan serta atribut lainnya.

"Promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perushaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut", Gitosudarmo (2008: 285)

Banyak perusahaan yang meremehkan faktor harga, kualitas produk, dan promosi sehingga mengakibatkan perushaan tersebut gulung tikar sebelum mampu menguasai pasar. Pabrik Roti Jordan Kediri idealnya harus mampu memperhatikan faktor-faktor tersebut agar mampu bersaing dan bertahan melawan persaingan yang dari waktu ke waktu semakin ketat.

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang tersebut, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul " Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Pabrik Roti Jordan Ngadiluwih Kediri "

II. METODE

Definisi operasional variabel yang terdapat dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Keputusan Pembelian

   Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. (Kotler dan Keller, 2009:240).

   Keputusan pembelian dalam penelitian ini merupakan tindakan dari konsumen yang ingin melakukan pembelian atau tidak membeli pada produk Roti Jordan sesuai pertimbangan terlebih dahulu.

2. Harga

   Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya. (Gitosudarmo, 2008:272).

   Harga disini merupakan jumlah yang ditagihkan atas produk yang di beli dari Pabrik Roti Jordan Ngadiluwih Kediri.

3. Kualitas Produk

   Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi, dan perbaikan serta atribut lainnya.(Kotler dan Armstrong, 2008:347)

   Kualitas produk disini merupakan kemampuan produk Roti Jordan Ngadiluwih Kediri melakukan fungsi-fungsinya untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

4. Promosi

   Promosiadalah merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang

lalumembeli produk tersebut. (Gitosudarmo, 2008:285).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini meneliti mengenai pengaruh harga, kaulitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian di Pabrik Roti Jordan Kediri. Populasi dalam penelitian ini yaituseluruh agen Pabrik Roti Jordan Ngadiluwih Kediri area Kediri. Teknik sampling yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu sampling jenuh.

Untuk melihat dan mengetahui apakah ada pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian di Pabrik Roti Jordan Ngadiluwih Kediridigunakan metode analisis regresi linear berganda.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

A. Hasil Penelitian

Pada penelitian ini penulis melakukan uji asumsi klasik yang bertujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Uji asumsi klasik yang digunakan antara lain, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heterokedastisitas. Dari pengujian tersebut ditemukan hasil bahwa model penelitian terbebas dari asumsi klasik.

Hipotesis yang diajukan yaitu:

H_0: Harga, kualitas produk, dan promosisecara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

H_a: Harga, kualitas produk, dan promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji regresi dilakukan penulis sebanyak satu kali sesuai dengan satu variabel dependen dan tiga variabel independen. pengujian ini dilakukan untuk meliahat pengaruh anatara harga, kualitas produk, promosi, dan keputusan pembelian. Hasil uji regresi antara harga, kualitas produk, promosi, dan keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel 3.1 dan 3.2 berikut:

Tabel 3.1
Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji *t*)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.684	3.984		1.929	.061
	Harga	.407	.125	.448	3.249	.002
	Kualitas Produk	.218	.065	.394	3.369	.002
	Promosi	.441	.139	.492	3.179	.003

a. Dependent Variable: keputusan pembelian
Sumber : Hasil output SPSS telah diolah 2016

Hasil uji parsial (t_{hitung}) dalam penelitian ini ditampilkan pada tabel 3.1, berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel harga adalah 0,002. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t variabel harga< 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya harga yang diberikan oleh Pabrik Roti Jordan Ngadiluwih Kediri ini berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Variabel kualitas produk adalah 0,002. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t variabel kualitas produk< 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil dari pengujian parsial ini adalah kualitas produk yang diberikan oleh Pabrik Roti Jordan Ngadiluwih Kediri berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.Variabel promosi adalah 0,003. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t variabel promosi <0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil dari pengujian parsial ini adalah promosi yang ditawarkan oleh Pabrik Roti Jordan Ngadiluwih Kediri berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

ANOVA[a]

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	269.051	3	89.684	20.572	.000[b]
Residual	170.019	39	4.359		
Total	439.070	42			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian
b. Predictors: (Constant), promosi, kualitas produk, harga
Sumber : Hasil output SPSS telah diolah 2016

Tabel 3.2
Tabel Uji Simultan (Uji F)

Dari uji uji *ANNOVA* atau uji *F* dengan menggunakan SPSS pada tebel 3.2 dapat diketahui bahwa harga, kualitas produk, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.Hal ini dibuktikan dengan nilai *F* sebesar 20,572 dengan signifikansi 0,000.Karena nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi yang digunakan yaitu 0,05, maka dapat dikatakan bahwa harga, kualitas produk, dan promosi berpengaruh positif signifikan terhadapkeputusan pembelian di Pabrik Roti Jordan Ngadiluwih Kediri.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Suti (2010), pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 3.3

Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted* R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.783[a]	.613	.583	2.088	1.753

a. Predictors: (Constant), promosi, kualitas produk, harga

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber : Hasil output SPSS telah diolah 2016

Pada *model summary* di atas dapat dilihat bahwa nilai *adjusted* R^2 adalah 0,583 hal ini berarti 58%menunjukkan bahwa variabel bebas harga, kualitas produk, dan promosi mempunyai pengaruh sebesar 58% terhadap variabel terikat keputusan pembelian dan sebesar 42% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian ini.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik, data variabel harga, kualitas produk, dan promosi telah berdistribusi secara normal, dalam model ini tidak terjadi autokorelasi, dan hasil uji *Durbin Watson* juga tidak terjadi autokorelasi, serta pada grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar, hasil ini menunjukan bahwa model regresi ini tidak terjadi heterokedastisitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa model ini telah memenuhi syarat yang ditentukan dalam penggunaan model regresi linier berganda. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Pabrik Roti Jordan Ngadiluwih Kediri. Artinya harga yang ditetapkan oleh Pabrik Roti Jordan sudah sesuai dengan daya beli dan manfaat yang diterima oleh konsumen .
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Pabrik Roti Jordan Ngadiluwih Kediri. Artinya kualitas produk yang diberikan oleh Pabrik Roti Jordan sesuai dengan Standart Nasional Indonesia yang berlaku dan dapat diterima oleh konsumen.
3. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Pabrik Roti Jordan Ngadiluwih Kediri. Artinya promosi yang di berikan oleh Pabrik Roti Jordan menarik minat konsumen untuk membeli produk roti di Pabrik Roti Jordan Ngadiluwih Kediri.
4. Harga, kualitas produk, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Pabrik Roti Jordan Ngadiluwih Kediri.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.(Edisi Revisi).* Jakarta: Rineka Cipta Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.(Edisi Revisi).* Jakarta: Rineka Cipta

Anggar, Krisnasakti. 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus pada Konsumen di Kota semarang.* Universitas Diponegoro: Semarang. http://eprints.undip.ac.id/35569/1/JURNAL(edit).pdf

Arumsari, Dheany. 2012. *Analisi Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua(Studi pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah).*Universitas Diponegoro: Semarang. http://eprints.undip.ac.id/35569/1/JURNAL(edit).pdf

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate* dengan program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Ghozali, Imam. 2006. *Statistik Nonparametrik.* Jakarta: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate* dengan program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate* dengan program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Gitosudarmo, Indriyo. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE

Kotler, Philip dan Garry Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 2*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga

Kotler Philip dan Kevin Keller. 2009. *Manejemen Pemasaran Edisi 13.* Jilid Pertama dan Kedua. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran, Jilid* 1.Edisi 13.Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia

Rosvita Dua Lembang. 2010. *Analisis Engaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Cuaca Terhada Keputusan Embelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro*. Online: http://.undip.ac.id/20263/ROSVITA_DUA_LEMBANG.PDF . Diakses tanggal 11 maret 2013

Sugiyono, 2011. *MetodePenelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Suti, Intan. 2010. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Esia (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).* Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah: Jakarta. https://core.ac.uk/download/pdf/11735545.pdf

Stanton, William J. 1996. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Swastha, Basu. 2002. *Pengantar Bisnis Modern.* Cetakan Ketiga. Yogyakarta: Liberty

Sugiyono, 2011. *MetodePenelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta

Swastha, Basu. 2002. *Azas-Azas Pemasaran*. Yogyakarta : Liberty.

Stanton, William J. 1996. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Tedjo N, Reksoatmodjo. 2007. *Statistika untuk Psikologi dan Pendidikan.* Bandung :Refika Aditama.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi II*. Yogyakarta : Andi Offset.

Yuliani. 2005. *Pengaruh Lokasi, Harga, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Berbelanja Konsumen di ABC Swalayan Purbalingga.* [Online]. Tersedia: http://digilib.unnes.ac.id/gsd1/collect/skripsi/archives/HASH93f6.dir/doc.p