

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi Kasus Pada Lapis Kukus Tugu Malang Jl. Tlogomas Kota Malang)**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**ARIS FIRNANDA**

**NIM 2017120023**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI  
MALANG  
2021**

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi Kasus Pada Lapis Kukus Tugu Malang jl Tlogomas, Kota Malang)**

## **Ringkasan**

Kualitas produk, harga dan promosi memiliki peran sangat urgen untuk menentukan minat bapak pembeli. Adapun dari tujuan riset berikut ialah untuk mengetahui seberapa penting pengaruhnya produk, harga jual dan diskon/promosi terhadap keputusan pembelian Lapis Kukus Tugu Malang secara parsial maupun simultan. Riset berikut menggunakan kuantitatif. Untuk menentukan sampel memakai metode probability sampling guna untuk mendapatkan 98 populasi sampel. Cara mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner. Hal yang perlu untuk dipertahankan oleh Lapis Kukus Tugu Malang ialah mempertahankan kualitas produknya, meninjau harga agar tetap terjangkau dan memberikan informasi promosi produk kepada customer.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Keputusan Pembelian.**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada zaman yang modern, dalam dunia bisnis ada permasalahan yang harus ketahu oleh perusahaan yaitu mampu menghadapi persaingan suatu faktor yang berpengaruh penting bagi perkembangan perusahaan selain adanya pandemi yang memberikan dampak signifikan terhadap sektor ekonomi. Adapun cara bertahan dalam persaingan ketat, maka diperlukan inovasi produk dan manajemen yang bisa memberikan dampak kemajuan perusahaan dan bertahan persaingan semakin ketat dan keadaan yang tidak menentu. Dalam dunia usaha perkembangan dan persaingan harus selalu diikuti sehingga dapat mempengaruhi kelangsungan suatu perusahaan.

Dalam dunia usaha sekarang banyak mengalami persaingan yang ketat sehingga banyak perusahaan dan produsen harus memberikan yang terbaik untuk para konsumennya seperti kualitas produk, harga, pelayanan, sehingga dengan ini perusahaan atau pelaku usaha bisa bersaing dengan baik dan juga bisa meningkatkan laba yang sesuai dengan visi misi perusahaan. Tiga penyebab konsumen menentukan pilihannya dalam membeli suatu produk ialah kualitas produk, penentuan harga dan banyaknya diskon atau promosi. Karena sebagian konsumen sebelum membeli mereka akan melihat bagaimana kualitas produknya, bagaimana harganya, dan melakukan promosi di setiap produknya. Dengan demikian hal tersebut akan menjadi sorotan para konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Sebagaimana yang telah dikemukakan oleh pengemuka tentang kualitas produk Prihatminingtyas (2017) menyatakan kualitas produk adalah bagaimana kemampuan produk, kekuatan produk, ketahanan.

Lapis Kukus Tugu Malang merupakan jajanan khas Kota Malang yang mana kue brownies yang kontemporer cukup familiar di Kota Malang. Lapis Kukus Tugu Malang hadir di Kota

Malang ialah pada 17-01-2017 yang bertempat di Jalan Soekarno-Hatta Malang dan sekarang outletnya tersebar di daerah Malang, Batu, Singosari, Lawang, dan sekitarnya. Dalam Penelitian ini permasalahan yang dihadapi Lapis Kukus Tugu Malang persaingan yang semakin ketat dan muncul perusahaan baru dengan memberikan inovasi produk yang relatif harganya lebih terjangkau dan manajemen pemasaran yang lebih kreatif dan inovatif. kualitas produk, harga dan promosi sangatlah penting bagi suatu perusahaan agar meningkatkan penjualan. Sesuai deskripsi pemaparan di atas maka bisa di mengejawantahkan rumusan masalah sebagai dibawah ini.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Perlu kita ketahui beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan perusahaan Lapis Kukus Tugu Malang. Maka dari itu kita dapat menentukan rumusan masalah ini sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen pada Lapis Kukus Tugu Malang?
2. Apakah harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen pada Lapis Kukus Tugu Malang?
3. Apakah promosi mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen pada Lapis Kukus Tugu Malang?
4. Apakah Kualitas Produk, Harga, Promosi mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen Pada Lapis Kukus Tugu Malang?

## **1.3 Tujuan Masalah**

Dari uraian yang sudah terpaparkan, maka riset berikut mempunyai tujuan diantaranya ialah:

1. Mengetahui seberapa mempengaruhi kualitas produk kepada keputusan pembelian pada Lapis Kukus Tugu Malang.
2. Mengetahui seberapa mempengaruhi harga terhadap keputusan pembelian pada Lapis Kukus Tugu Malang.
3. Mengetahui seberapa mempengaruhi promosi terhadap keputusan pembelian pada Lapis Kukus Tugu Malang.
4. Mengetahui seberapa mempengaruhi kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Lapis Kukus Tugu Malang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Sesuai tujuan riset yang sudah deskripsikan diatas maka dari itu adapun manfaatnya secara praktis ataupun teoritis akan dipaparkan di bawah ini.

##### **a. Bagi Perusahaan**

1. Untuk menambah relasi antara Lapis Kukus Tugu Malang dengan Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi.
2. Untuk menambahkan wawasan ataupun intelektual kepada perusahaan Lapis Kukus Tugu Malang.
3. Untuk meningkatkan minat kelompok studi belajar mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi.

##### **b. Bagi Universitas**

Menjalin parameter media pembelajaran untuk meningkatkan kualitas pengajar dan metode pembelajaran yang lebih efektif di masa yang akan datang.

##### **c. Bagi Peneliti**

Riset berikut sangat diperlukan sebagai bahan pertimbangan untuk melanjutkan atau mengembangkan pada judul penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akrom Muhammad. 2013. Pengaruh Kemasan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kripik Paru UMKM Sukorejo Kendal. Universitas Negeri Semarang.
- Antika Novi Ria, 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sale Pisang “Tri Putra” di Desa Banyurip Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung. Universitas Nusantara.
- Arif, Sofyan. 2013. Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan : Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan Agar Memuaskan Pelanggan. Malang: PT Bayu Media Publishing.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik, Edisi Revisi. (Jakarta : Rineka Cipta).
- Arini Selvi. 2013. Analisis Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Sunda Ampera Di Kota Bandung. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Ellisshanty Iga Silvia, 2017. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di UKM Bakso Kemasan Mojokerto. Universitas Negeri Surabaya.
- Firmansyah Ardian, 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Brem Madiun. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Harti. 2017. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di UKM bakso kemasan M di Mojokerto. Universitas Negeri Surabaya.
- Hassan Iqbal. 2012. Pokok-Pokok Materi Statistik. Penerbit Bumi Aksara.
- Imam Ghozali. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, dan Armstrong. 2012. Prinsip – Prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2, edisi duabelas. Erlangga. Jakarta.
- Novitawati D. Ayu Retno, Mahfud Ari, Sasongko Totok. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Kuantitatif Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Sanger Warung Kopi Malang. Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang.
- Prihatminingtyas, B 2017. Traditional Market Traders And Local Instations In Malang City. Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang.
- Rifa’i Muhammad, Elisa S. Kalista, Novianti D. Ayu Retno. 2020. Produk dan Lokasi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Harga Sebagai Variabel Interveting Studi Pada Konsumen Pasar Tradisional. Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang.

Setyaningrum Fitrya. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Studi Kasus Pada Pelanggan Sarijan Coffe Malang. Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang.

Sugyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. (Bandung, 2003).

Tambunan Krystia, Widiyanto Ibnu. 2012. Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas Dan Harga Keputusan Pembelian Bandeng Presto (Studi Kasus Pada Bandeng Presto Kota Semarang). Universitas Negeri Semarang.

Ulum Bahrul M, ABS Khoirul. 2019. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Tugu Lapis Kukus Malang). Universitas Islam Malang.

Wirawan M. Edwin, Kasanah Imroatul. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian(Studi Kasus Pada Chicken Nugget Kota Semarang). Universitas Negeri Semarang.