

**PENGARUH HARGA , LOKASI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI HOME INDUSTRI
KERUPUK SINGKONG H&R KOTA BATU**

SKRIPSI



Oleh

JEFRIANUS PALA

2019120090

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI

MALANG

2023

RINGKASAAN

Tujuannya riset ialah untuk mengetahui bagaimana kualitas produk, lokasi, dan harga mempengaruhi keputusan membeli konsumen Di Home industri Kerupuk singkong H&R Kota Batu, Jenis riset ialah penelitian kuantitatif, jumlah sampel pada riset ini ialah pembeli yang datang dan Pembeli Kerupuk singkong H&R Kota Batu berjumlah 90 responden, jenis data riset ini terdiri dari sumber primer dan sekunder. Menganalisa regresi linier berganda termasuk metode yang digunakan pada analisa data riset ini. Dari hasilnya riset ini membuktikan bahwa Harga Tidak Berdampak Pada keputusan Membeli Di Home Industri Kerupuk Singkong H&R Kota Batu dengan nilai thitung $1.009 < t_{tabel} 1.987$ dan $Sig 0,316 > 0,05$, Lokasi berdampak positif dan substansial (Parsial) pada putusan membeli di Home Industri Kerupuk Singkong H&R Kota Batu nilai thitung $4.413 > t_{tabel} 1.987$ dan $Sig 0,000 < 0,05$, Kualitas Produk berdampak positif dan substansial (Parsial) pada Keputusan Pembelian di Home Industri Kerupuk Singkong H&R Kota Batu dengan nilai thitung $3.335 > t_{tabel} 1.987$ dan $Sig 0,001 < 0,05$, dan pada pengujian Uji F, nilai Fhitung 22.025 dengan tingkat substansial $0,000$ Lebih kecil tingkat substansialsinya dari $= 0,05$. Poin ini menunjukkan hal itu Harga, Lokasi, Kualitas Produk, secara bersama-sama berdampak (simultan) terhadap Keputusan Pembelian di Home Industri Kerupuk Singkong H&R Kota Batu.

Kata Kunci: *Harga, Lokasi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan perdagangan pada masa globalisasi ini tidak diragukan lagi disebabkan oleh semakin ketatnya bersaing pada pemasaran barang dan jasa. Oleh karena itu, setiap bisnis harus selalu berupaya menemukan kembali barang dan jasanya jika ingin bertahan dalam bisnisnya dan meyakinkan calon pelanggan untuk Pembeli barang yang dijualnya. Namun, sebelum membangun sebuah penemuan penting untuk memahami segmentasi dan target mana yang akan dituju.

Selain diharapkan lebih kreatif, dunia usaha juga harus mampu mempromosikan barang atau jasanya secara efektif kepada calon konsumen agar dapat meningkatkan kesadaran akan produk atau jasa tersebut. Menurut Peter Drucker, seorang ahli teori manajemen terbuka tujuannya pemasaran ialah untuk mengetahui dan pahami klien sehingga mereka kemudian dapat dijual. Memaksimalkan klien yang siap Pembeli adalah tujuan pemasaran yang ideal. Langkah selanjutnya adalah mengirimkan barang atau jasa. 2019 (Kotler dkk.)

Industri kuliner yang saat ini semakin populer di kalangan konsumen dan merupakan kebutuhan pokok manusia, merupakan salah satu industri yang menghadapi bersaing yang sangat ketat saat ini. Selain itu, Indonesia terkenal dengan budaya kulinernya, sehingga banyak sekali jenis masakan yang tersedia. Karena pangan merupakan kebutuhan utama seluruh masyarakat, maka banyak bermunculan usaha-usaha di bidang kuliner sehingga persaingan semakin meningkat. Oleh karena itu, pengusaha harus memutuskan perencanaan strategi pemasaran yang akan digunakan untuk bersaing dengan persaingan yang ada.

Merencanakan strategi pemasaran adalah upaya mengidentifikasi prospek yang menarik dan menciptakan taktik pemasaran yang sukses. Pasar sasaran dan bauran pemasaran, juga dikenal sebagai 4P (Produk, Tempat, Promosi, dan Harga) untuk komoditas dan 3P (Orang, Proses, dan Bukti Fisik) untuk jasa, digunakan dalam strategi pemasaran. Tiga pilar layanan—produk, proses, dan manusia—sangat penting dan semuanya harus diprioritaskan oleh bisnis (Kotler & Armstrong, 2014).

Penetapan harga merupakan taktik pemasaran yang digunakan suatu bisnis untuk bersaing dengan bisnis lainnya. Salah satunya komponen bauran pemasaran yang bisa penghasil pendapatan atau keuntungan bagi bisnis adalah harga (Suwanti, 2017). Menentukan tarif atau harga barang atau jasa mempunyai dampak besar pada bisnis karena

memungkinkannya memprediksi permintaan klien dan memberikan hasil terbaik dengan memaksimalkan keuntungan bersihnya.

Salah satu elemen terpenting dalam memilih fasilitas untuk menampung operasi bisnis adalah lokasinya. Diharapkan para pemilik usaha yang akan menjalankan kegiatan operasionalnya, baik perusahaan manufaktur maupun jasa, akan terlebih dahulu memperhatikan pemilihan lokasi operasionalnya. Pengambilan keputusan mengenai lokasi suatu perusahaan sangatlah penting karena akan berdampak keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang atau tidak. (Assauri, 2016).

Untuk memenuhi harapan klien, kualitas produk merupakan komponen penting dalam evaluasi produk. Kualitas produk merupakan atribut barang dan jasa yang mendukung kapasitasnya dalam memenuhi keinginan konsumen, klaim (Kotler & Armstrong, 2014). Oentoro (2012) mengklaim bahwa kualitas produk menunjukkan daya tahan, keandalan, keakuratan, kesederhanaan penggunaan, dan kemudahan perawatan suatu produk, di antara kualitas-kualitas penting lainnya.

Kecenderungan responden untuk bertindak sebelum pembelian benar-benar dilakukan merupakan komponen perilaku konsumen yang merupakan komponen sikap konsumsi. Bisa tersimpulkan bahwasannya putusan membelikan ialah proses dimana konsumen mempunyai alternatif pilihan untuk memutuskan apakah akan Pembeli suatu produk atau tidak. Menurut (Tjiptono & Chandra, 2016), Pilihan pembelian adalah siklus di mana pembeli mempelajari suatu masalah, mencari data tentang barang tertentu, dan menilai dengan tepat setiap pilihan untuk mengatasi masalah tersebut.

Pada riset ini, peneliti pengambilan studi pada “Krupuk singkong H&R” Kota Batu, yang dimana krupuk singkong H&R ini merupakan jenis usaha *franchise*. Harga yang diberikan pun bermacam-macam. Lokasi Krupuk singkong H&R beralamat di Kecamatan Junrejo, Jl. Hasanuddin 157 Kota Batu ini bisa terbilang cukup strategis, yaitu terletak dekatnya dengan jalan utama sehingga tidak sedikit orang yang tertinggal di daerah sana. Sehingga tidak heran jika mayoritas pembelinya adalah para penduduk sekitar dan daerah luar lainnya. Karyawan yang berada di krupuk singkong H&R ini kurang lebih terdiri dari 9 orang. Para pecinta jajanan khususnya mencintai makanan pedas cukup manjakan akan disediakan ragam jenis varian rasa di tempat ini.

Karena keterkaitannya dengan perilaku pembelian pelanggan, ketiga karakteristik di atas diduga berdampak pada kemampuan perusahaan untuk bertahan. Sebab itulah, peneliti mengambil keputusan untuk melaksanakan riset di bawah: “Pengaruh Harga, Lokasi Dan

Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Home industri Kerupuk singkong H&R Kota Batu”

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Dampak Harga Pada Putusan Pembeli?
2. Bagaimana Dampak Lokasi Pada Putusan Pembeli?
3. Bagaimana Dampak Berkualitas Produk berdampak Pada putusan Pembeli?
4. Apakah Harga, Lokasi, Dan Berkualitas Produktivitas berdampak Pada putusan beli?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuannya dan manfaat riset Diantara lainnya:

1. Untuk mengetahui Dampak Harga Pada putusan Pembeli
2. Untuk mengetahui berdampak Lokasi pada putusan Pembeli
3. Untuk mengetahui berdampak berkualitas Produktivitas pada putusan Pembeli
4. Untuk mengetahui dampak Harga, Lokasi, dan kualitas produk cara simultan berdampak pada putusan membeli

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Temuan riset ini bisa dijadikan sebagai bahan acuan bagi pelaku usaha untuk mempelajari lebih lanjut untuk pemasukan atau menginformasikan tambahan untuk memiliki usaha dan akan menjadikan bahan pertimbangan dalam penetapan kebijakan baru bagi pelaku usaha mengenai dampak harga, lokasi, dan kualitas produk pada konsumen.

2. Bagi Peneliti

Studi ini bisa membantu dalam memperoleh lebih banyak pengetahuan dan memahami tentang bagaimana lokasi, harga, dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian.

3. Bagi Universitas

Harapannya riset bisa memberikan tambah koleksi di perpustakaan Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang dan menjadi sumber bagi semua akademisi dan mahasiswa yang tertarik dengan topik terkait pemasaran, khususnya dampak biaya, lokasi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ach, T. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Singkong Di Ud Sinar Mas*. Universitas Wijaya Putra.
- Akbar, M. N., & LATARUVA, E. (2011). *Pengaruh Produk, Persepsi Harga, Promosi, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Mebel pada PT. Nadira Prima di Semarang (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro)*.
- Assauri, S. (2016). *Manajemen operasi produksi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Echdar, S. (2015). Human capital development strategy on go-public manufacturing companies in Indonesia. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 18(1), 103–120.

- Fure, H. (2013). Lokasi, keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Gitasari, G., Taufik, M., & Robustin, T. P. (2018). Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Jamu Herbal Bio7 Di Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 1(1), 18-24.
- Harahap, K. A. E. (2014). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pengunjung di Museum Ronggowarsito Semarang. *Fakultas Ekonomi & Bisnis*.
- Heizer, J., & Render, B. (2010). Manajemen operasi. *Edisi Ketujuh Buku, 1*.
- ISMAWATI, E. (2010). Tinjauan yuridis terhadap pelaksanaan lelang gula di PT Madubaru Yogyakarta (*Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada*).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). Principle Of Marketing, New Jersey. *Pretice Hall*.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Gramedia Pustaka Utama.
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di i cafe lina putra net bandungan. *Journal of Management*, 4(4).
- Laksana, M. F. (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. *Sukabumi: CV Al Fath Zumar*.
- Larosa, S. R., & SUGIARTO, S. (2011). Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada warung-warung makan di sekitar Simpang Lima Semarang) (*Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro*).
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen pemasaran jasa*.
- Nurfarida, E. (2022). Pengaruh produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian kerupuk bakar rasa pedas manis (studi pada home industry Kurnia Nganjuk di Kelurahan Warujayeng, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk) (*Doctoral dissertation, IAIN Kediri*).
- Prasetyo, R. E. (2018). *Pengaruh Produk, Harga, Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Home Industry Aneka Camilan Rizky*.
- Prasetyo, A. P., Yuniarsih, T., & Ahman, E. (2017). Job satisfaction, organizational commitment, and organizational citizenship behaviour in state-owned banking. *Universal Journal of Management*, 5(1), 32-38.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*.

- Rahmat, I. (2018). *Pengaruh harga, kualitas produk, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian keripik cinta air hitam langkat*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Rifai, M., Indrihastuti, P., Sayekti, N. S., & Gunawan, C. I. (2016). Strategy in enhancing the competitiveness of Small and Medium Enterprises in ASEAN Free Trade Era. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 6(12), 76-87.
- Santoso, Singgih. 2001. *Mengolah Data Statistik secara Profesional*. Jakarta. Elex. Media Komputindo.
- Saputro, M. A., & SWH, M. A. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Krisfite Spicy Di Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Cita Ekonomika*, 16(2), 96–110.
- Sudarma, G. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer Pada Pt. *Genius Alva Makassar*, 515–526.
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung*, 225, 87.
- Susanti, R. A. D. (2017). Brand image dan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen dalam Pembeli dan menggunakan produk cream wajah garnier. *Jurnal eksekutif*, 14(1).
- Suwanti, E. D. (2017). *Penetapan tarif di PT. Indah Kargo Malang persfektif teori Ujroh Al-Mitsil Ibnu Taimiyah*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). Service, quality dan satisfaction. *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Wati, Y. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kripik Singkong Pilla CV. Kembang Jaya di Lumajang*.
- Wijaya, A. (2018). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga, Dan asosiasi merek terhadap kepuasan Dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Bisnis Terapan*, 2(01), 1–16.
- Zolanda, N. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kemasan, Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Keripik Umkm Al-Barik Di Bantul Yogyakarta*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

