

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BAKSO. STUDI PADA UMKM PENJUAL BAKSO KELURAHAN
TLOGOMAS, KECAMATAN LOWOKWARU KOTA MALANG**

SKRIPSI



OLEH

WIHELMINA ARVILA

NIM : 2016120190

UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI

FAKULTAS EKONOMI

MALANG

2020

RINGKASAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui segalanya dan sekaligus mengetahui dampak kualitas produk, harga dan lokasi keputusan pembelian bakso di Desa Tlogomas Malang. Penelitian ini didasarkan pada metode kuantitatif. Penentuan sampel untuk analisis ini menggunakan sampling objektif sehingga didapatkan sampel sebanyak 40 responden. Wawancara, observasi dan kuesioner digunakan dalam metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti. dengan analisis data yang dipakai pada penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan alat SPSS.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sifat komoditas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kombinasi kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian bakso di sekitar Desa Tlogomas Malang. Adapun yang perlu dilakukan pedagang bakso ingin menentukan keputusan konsumen atas pembelian produknya, yaitu menjaga kualitas produk yang bagus, menetapkan harga yang bersaing dan menjual di daerah yang mudah dijangkau oleh konsumen.

Kata kunci: kualitas produk, harga, lokasi dan keputusan pembelian

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 latar Belakang Masalah

Banyak sekali persaingan dalam dunia perdagangan saat ini dalam penjualan produk atau jasa, dengan strategi pemasaran memegang peranan penting pada dunia usahanya, mengingat fokusnya pada masyarakat (konsumen). Persaingan pasar yang semakin ketat terutama persaingan dari perusahaan sejenis, sehingga semakin penting untuk bergerak lebih cepat dalam hal menarik para konsumen.

Pangan sangat penting sebagai kebutuhan dasar manusia, sehingga dalam konteks bisnis sekalipun, pangan dapat menjadi peluang untuk dijadikan sebagai objek usaha dan tidak heran jika banyak konsumen yang tertarik dan menganggap sektor kuliner sebagai salah satu jenis usaha dengan prospek yang sangat baik, hal ini ditunjukkan dengan adanya semakin banyaknya pedagang bakso yang jual di berbagai daerah. Kota Malang. Khususnya di Tlogomas Malang. Oleh karena itu penampilan fisik produk sangat penting untuk diperhatikan oleh para pedagang, khususnya pedagang bakso, karena penampilan fisik yang baik dapat mempengaruhi kualitas dan rasa dari bakso tersebut. Itu bentuk, skala dan warnanya.

Pemasar harus dapat menawarkan suatu produk kepada konsumen dan mampu mengatasi faktor-faktor yang menjadi dasar pengambilan keputusan konsumen saat membeli. Berdasarkan teori Kotler (2011:206), keputusan pembelian adalah keputusan yang dibuat oleh pelanggan yang mencerminkan keputusan.

Harga juga merupakan termasuk faktor penting yang memudahkan pelanggan untuk mengambil keputusan pembelian di suatu perusahaan. Konsumen mengharapkan layanan diberi harga berdasarkan nilai objek. Hal ini akan mempengaruhi pelanggan hingga mereka

memutuskan untuk membeli, sehingga pelanggan akan mengetahui harga dan memilih barang yang sesuai dengan keinginan mereka untuk membelinya, di mana yang harus dibayarkan pada suatu produk dan jasa atau jumlah uang yang diperdagangkan oleh pelanggan untuk nilai pembelian atau penggunaan atau jasa (Kotler, 2012). Serta konsumen juga memperhatikan faktor yang sangat penting yaitu lokasi setelah mempertimbangkan kualitas produk dan harga, dimana lokasi menjadi salah satu faktor yang menjadi pertimbangan seorang pengusaha sebelum membuka usaha. Posisi yang tepat untuk mencapai tujuan perusahaan; Di sisi lain memilih posisi yang salah akan menghambat semua pergerakan bisnis, membatasi peluang keuntungan. Salah satu taktik pemasaran adalah memilih tempat perusahaan yang dekat dengan pasar sasaran. Selain itu, akan memudahkan konsumen dalam membeli barang tersebut.

Dari ketiga variabel tersebut, konsisten dan keberhasilan suatu perusahaan dapat dipengaruhi jika berkaitan dengan keputusan pembelian atau minat konsumen dalam berkunjung. Atas dasar klarifikasi tersebut, diperlukan lebih banyak penelitian untuk mengetahui dan memastikan bahwa konsistensi, harga dan lokasi komoditas tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian bakso.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada bakso di sekitar Tlogomas Malang ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada bakso di sekitar Tlogomas Malang ?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada bakso di sekitar Tlogomas Malang ?

4. Apakah kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada bakso di sekitar Tlogomas Malang ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada bakso di sekitar Tlogomas Malang.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada bakso di sekitar Tlogomas Malang.
3. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada bakso di sekitar Tlogomas Malang.
4. Untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada bakso di sekitar Tlogomas Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Pengusaha

Berdasarkan hasil riset tersebut, dapat menjadikan acuan untuk meninjau kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada bakso.

2. Bagi Peneliti

Dapat mengembangkan ilmu pengetahuan, serta teori dan konsep ilmiah yang diperoleh di perkuliahan diaplikasikan dalam praktek di perusahaan.

3. Bagi Lembaga Universitas

Riset ini memberikan adopsi keilmuan serta sebagai tambahan riset dibidang manajemen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Bungin, Burhan. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Cozby, P, Bates. S. (2011). *Methods in Behavioral Research*. New York:McGraw-Hill.
- Fadilah. U. (2017). “Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Simki-Economic*. Vol 1. Pp 1-15.
- Firmansyah. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Qiara Media.
- Fure, Hendra. (2013). “Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca.” *Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Jurnal EMBA (Ekonomi Manajemen Akuntansi) Vol 1.No.3*
- Ghanimata.F, Kamal. M. (20120). “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.” *Diponegoro Journal Of Management*. Vol 1. Pp 1-10.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Cetakan VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan.C. (2015). *Sistem Informasi Manajemen dan E-Government*. Puerwokerto: CV IRDH
- Himawan. B, Sumaryanto dan Susanti. (2016). “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Warung Mie Ayam Bakso Ajeng Karanganyar.” *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol 16. Pp 346-353.
- <https://pendidikan.co.id/pengertian-umkm/>
- Imaningsih. E, Rohman. (2018). “The Model Of Product Quality, Promotion, Price and Purchase Decisions.” *Jurnal Ekonomi*. Vol XXIII. Pp 1-12.
- Jiwandono. A, Arifin dan Hufon. M. (2019). “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi, dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Warung Bakso Tiara Kediri (Studi Pada Konsumen Bakso Tiara Kediri Di Tulungagung.” *e – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma*. Vol. 8 No. 09
- <https://www.jogloabang.com/pustaka/uu-20-2008-usaha-mikro-kecil-menengah>
- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kotler, P, Gary Amstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke-12. Jilid 1. Erlangga: Jakarta.

- Kotler, P dan Gary Amstrong. (2014). *Principles Of Marketing*, 15th Edition, Pearson Education Limited.
- Kotler, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Larosa, Rebeka. S dan Sugiarto. (2011). “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Warung-Warung Makan di Sekitar Simpang Lima Semarang)”. Universitas Diponegoro. Semarang
- Marwanto, Aris. (2015). *Marketing Sukses*. Yogyakarta: KOBIS
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja
- Nur, Aeni. (2020). “Effect Of Product Quality, Prices And Placeson Purchase Decisions. Case Study of Consumers Ikhtiar Meatballs Tofu Cikarang Region.” *Journal of Reseacrh in Business, Economics, and Education Volume. 2 .E-ISSN. 2686-6056. Issue.1*
- Piranti Dyah.A. (2017). “Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Resto and Resort Damar Mas Kediri.” *Jurnal Simki. Unpkediri.ad.id*.
- Prayogo. M , Liliani. (2016). “Pengaruh Kualitas Produk, harga dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Pepo.” *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Vol 1. Pp-10.
- Radna A. Wibowo. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Semarang University.
- Sangadji. E. M, Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penrbit Andi.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Supriatna. Y, Adiyanto, dan Sunaryo. (2019). *Induksi Manajemen Pemasaran*. Qiara Media.
- Susanto. H. (2016). *The Effect Of Brand Image, Product Quality and Price Toward Purchase Decision*. Muhammadiyah University Of Surakarta.
- Tambunan. T. (2012). *Usaha Mikro kecil dan Menengah: Isu-Isu penting*. Lp3es Cited by 285
- Tjiptono Fandy. (2012). *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi
- Utami, Widya. C. (2012). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Viesti. R. (2017). *Analisis Pengaruh Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Mom Milk Manahan Solo*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.