

# Mania Tiani Rosario

*by* UNITRI Press

---

**Submission date:** 24-Jun-2024 11:17AM (UTC+0800)

**Submission ID:** 2407579118

**File name:** Mania\_Tiani\_Rosario.docx (118.99K)

**Word count:** 868

**Character count:** 5771

**3**  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN (PADA UKM DI KEC. BATU)**

**SKRIPSI**



oleh :

**MELANIA TIANI ROSARIO**

**2020110087**

**UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI**

**FAKULTAS EKONOMI**

2024

### RINGKASAN

Menemukan dan menguji hubungan antara pilihan pembelian pelanggan dan kualitas produk serta harga adalah tujuan dari penelitian ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tekniknya. Untuk penelitian ini, 40 UKM di Kecamatan Batu Kota Batu mengirimkan data melalui seleksi acak sederhana. Di lokasi ini terdapat 67 UKM yang menjadi populasi penelitian. Salah satu alat untuk mengumpulkan informasi yang perlu dijelaskan adalah kuesioner. Uji t dan uji F digunakan untuk menilai keabsahan hipotesis setelah data diperiksa menggunakan regresi linier berganda. Temuan penelitian menunjukkan bahwa keputusan pembelian pelanggan Desa Batu Kota Batu dipengaruhi secara signifikan oleh harga dan kualitas produk, baik secara sendiri-sendiri maupun secara kombinasi.

Studi mengungkapkan bahwa kualitas produk memiliki dampak besar terhadap keputusan pembelian pelanggan. Barang dengan kualitas lebih baik sering kali dipilih oleh pelanggan. Harga juga berdampak pada keputusan konsumen karena mereka sering memilih barang yang lebih murah. Namun, ada situasi ketika pembeli mungkin memutuskan bahwa kualitas barang lebih penting daripada harga.

**Kata Kunci : Harga; Keputusan Pembelian Konsumen; Kualitas Produk, UKM**

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perdagangan bebas telah menjadi fenomena di masa globalisasi saat ini yang harus diperhatikan secara matang sebelum membagi aspek produksi bagi seorang pengusaha. Inovasi dalam bidang lain yang menarik pelanggan seperti harga, strategi pemasaran, dan kualitas produk juga diperlukan untuk mencapai hal ini. Keputusan yang diambil pada saat pembelian barang. Konsumen bebas membeli atau tidak. Selama ini, mereka juga bisa menentukan pilihan. Semua pembeli pada dasarnya melalui proses yang sama ketika mereka melakukan pembelian. Keputusan individu dipengaruhi oleh sejumlah variabel, termasuk gaya hidup, kepribadian, keuangan, dan usia.

Kisah dan pengalaman yang diasosiasikan konsumen dengan suatu merek menjadi semakin penting dalam pengelolaan usaha kecil dan menengah (UKM). Hal ini menyebabkan meningkatnya permintaan akan perlakuan yang lebih individual, partisipasi masyarakat, dan interaksi langsung dengan pemilik perusahaan kecil. Kemajuan teknologi juga memudahkan UKM untuk berkomunikasi dengan pelanggan di media sosial dan platform lainnya, sehingga meningkatkan hubungan antara merek UKM dan pelanggannya. Pelanggan sering kali mendukung UKM yang mengadopsi

praktik perusahaan ramah lingkungan, sehingga keinginan dan kepedulian terhadap lingkungan juga penting.

Dalam memilih makanan dan minuman, konsumen di Kecamatan Batu Kota Batu mengutamakan kualitas produk karena <sup>8</sup> pengaruh harga dan kualitas terhadap pilihan pembelian konsumen di UKM. Fenomena ini sungguh menarik karena reputasi daerah tersebut yang memiliki beragam kuliner daerah dan sumber daya alam yang unggul, pelanggan sering kali lebih menghargai rasa, kebersihan, dan kualitas bahan mentah. Namun, harga masih menjadi faktor utama saat melakukan pembelian, terutama bagi mereka yang memiliki anggaran terbatas. UKM makanan dan minuman di Kabupaten Batu harus secara efektif memadukan penawaran kualitas produk premium dengan harga terjangkau agar dapat memuaskan keinginan dan preferensi konsumen.

Sejauh mana suatu produk memenuhi atau melampaui tuntutan dan harapan pelanggan adalah kualitasnya. Kapasitas suatu produk untuk menyenangkan konsumen dan memenuhi spesifikasi diukur dari kualitasnya. Menurut makalah penelitian Philip Kotler (Cesariana, Juliansyah, dan Fitriyani 2022), kualitas produk adalah keseluruhan barang yang dapat disediakan ke pasar untuk memenuhi permintaan atau harapan pelanggan terhadap barang yang lebih tinggi.

Seluruh biaya kepemilikan sudah termasuk dalam harga suatu barang atau jasa. Untuk memahami dasar-dasar pengambilan keputusan harga, Wibisono (2019) menggarisbawahi bahwa penetapan harga merupakan komponen pengendalian kedua yang dapat dikendalikan oleh manajemen penjualan dan pemasaran. Barang yang

terlalu mahal dapat mempengaruhi opini konsumen mengenai produk kita dan membuat mereka percaya bahwa produk tersebut adalah barang mewah yang unggul dan berkualitas tinggi.

Kualitas produk di tempat penjualan mungkin mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi konsumen terhadap suatu produk tertentu, sesuai dengan variabel yang dibahas di atas. Meskipun demikian, kualitas suatu produk memainkan peran penting dalam perdagangan karena membentuk persepsi konsumen terhadap produk tersebut. Produk yang membantu perusahaan dan berkontribusi terhadap keberhasilannya dianggap unggul. Penetapan harga yang adil dan dipertimbangkan secara cermat harus diterapkan pada setiap barang atau kelompok komoditas.

<sup>6</sup> Berdasarkan permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (PADA UKM DI KOTA BATU)”

## <sup>9</sup> 1.2 Rumusan Masalah

<sup>1</sup> Berdasarkan konteks di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas suatu produk mempengaruhi keputusan pembeli untuk membeli?
2. Apakah harga mempengaruhi keputusan orang untuk membeli?
3. Apakah harga dan kualitas suatu produk mempengaruhi pilihan yang diambil konsumen?

### 1.3 Tujuan

Menelaah permasalahan <sup>2</sup> di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memastikan bagaimana pilihan pembelian pelanggan dipengaruhi oleh kualitas suatu produk?
2. Untuk mengetahui sejauh mana penetapan harga mempengaruhi pilihan konsumen untuk membeli?
3. Untuk mengetahui bagaimana harga dan kualitas produk mempengaruhi pilihan konsumen untuk membeli?

### 1.4 Manfaat

Manfaat penelitian dari temuan ini diharapkan dapat membantu semua orang yang membutuhkannya. Penerapan penelitian ini meliputi:

#### 1. Manfaat teoritis

Berfungsi sebagai sumber dan memajukan pemahaman pembaca dan akademisi mengenai ilmu ekonomi, khususnya yang berkaitan dengan akuntansi keuangan

#### 2. Manfaat Praktis

##### 1. Manfaat Bagi Akademis

Studi ini dapat memberikan para peneliti masa depan wawasan dan informasi segar mengenai subjek yang berhubungan dengan akuntansi, khususnya akuntansi konsentrasi keuangan.

##### 2. Manfaat bagi pelaku usaha

Penelitian ini dimaksudkan untuk membantu mendidik pemangku kepentingan UKM.

### 3. Manfaat Bagi Universitas

Khususnya bagi mahasiswa akuntansi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang yang sedang melakukan penelitian lanjutan selain penelitian ini, untuk keperluan informasi dan referensi.



# Mania Tiani Rosario

---

## ORIGINALITY REPORT

---

10%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

---

## PRIMARY SOURCES

---

1	Submitted to Universitas PGRI Semarang Student Paper	2%
2	repository.upi.edu Internet Source	1%
3	ejournal.upm.ac.id Internet Source	1%
4	www.researchgate.net Internet Source	1%
5	mheqiyenyenstory-methy.blogspot.com Internet Source	1%
6	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
7	library.um.ac.id Internet Source	1%
8	repository.itbwigalumajang.ac.id Internet Source	1%
9	eprints.umm.ac.id Internet Source	1%

---

---

Exclude quotes      On

Exclude matches      Off

Exclude bibliography      On

# Mania Tiani Rosario

---

PAGE 1

---

PAGE 2

---

PAGE 3

---

PAGE 4

---

PAGE 5

---

PAGE 6

---

PAGE 7

---