

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

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan
memperoleh gelar sarjana Akuntansi



oleh :

MELANIA TIANI ROSARIO

2020110087

UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi

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 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.

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

1.2 Rumusan Masalah

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 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.

DAFTAR PUSTAKA

- Aris Yuana. 2022. "Perbandingan Tingkat Kepuasan Peserta Didik Kelas VI SD Negeri Dan Swasta Di Kecamatan Padalang Dalam Mengikuti Ptmt Mata Pelajaran Pendidikan Jasmani." 1–23.
- Cesariana, Carmelia, Fadlan Juliansyah, and Rohani Fitriyani. 2022. "Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3(1):211–24.
- Darma, B.(2021). Statistika Penelitian Menggunakan SPSS(Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji f,R2).DKI Jakarta: Guepedia.
- Ferdinan A, (2014) *Metode Penelitian Manajemen*,Semarang: Agfbooks
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gain, Robert, and dkk. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt." *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 2(2):142–50.
- Isa, Muhammad, H. Aswadi Lubis, and Ilma Sari Lubis. 2020. "Pengaruh Religiusitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rahmat Syariah Swalayan City Walk Padangsidempuan." *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 3(1):1–15
- Kresna, muhammad Daffa, and Nursya'bani Purnama. 2021. "Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing." *Jurnal Ilmu Manajemen* 4(2):194–201.
- Kotler & Keller,(2016:153).Keputusan Pembelian Konsumen.
- Kotler ,Philip &Amstrong,Gary.(2018).Prinsip -Prinsip Pemasaran.Jakarta : Erlangga
- Lailiya, Nisfatul. 2020. "Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia." *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN* 2(2):113.
- Muchlisin, mayani kurnianty. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Umsu)." *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan* 7–28.
- Muangsal. 2019. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian." *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)* 5(2):25–39.
- Nasution, Asrizal Efendy, and Muhammad Taufik Lesmana. 2018. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan (Studi Kasus Alfamart Di Kota Malang)." *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia* 1(2654–6493).

- Oktaviani, Shella, and Eso Hernawan. 2022. "Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Lunica." *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen* 10(2):1–15.
- Rafi, Mohammad, and Agung Budiarmo. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Kafe Mom Milk Semarang." *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC Tahun* 1–7.
- Ramadhan, : Dimas Budi. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Beras Pada Perum Bulog Divre Sumatera Utara." *Journal Management* 1–104.
- Razak, Ismail. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap." *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* 7(2):7–8.
- Sari et al. 2022. "Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Variabel Green Marketing Dan Brand Ambassador UMKM Ngudi Rejeki Kelorida." *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah* 4(2):308–27.
- Sinaga, Triana Melinda, Ricky Wijaya, S. T. Manajemen Bisnis, Multi Sarana, Manajemen Administrasi, and Rekayasa Teknologi. 2022. "In Rumah Makan Leidong Food Medan Pengaruh Harga , Kualitas Produk , Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Rumah Makan Leidong Food Medan." 4(1):1–11.
- Sugianto, Rany, and Sugianta Ovinus Ginting. 2020. "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Fasilitas Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan Medan Resort City." *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil* 10(1):1–12.
- Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas,Uji Reliabilitas,Regresi Linear Sederhana,Regresi Linear Berganda,Uji T,Uji F R2).Guepedia :DKI Jakarta.
- Siyoto,S & Sodik,M.A.(2015:67).*Dasar Metodologi Penelitian*.Literasi Media Publishing :Jakarta.Aris Yuana. 2022. "Perbandingan Tingkat Kepuasan Peserta Didik Kelas VI SD Negeri Dan Swasta Di Kecamatan Padalang Dalam Mengikuti Ptmt Mata Pelajaran Pendidikan Jasmani." 1–23.
- Cesariana, Carmelia, Fadlan Juliansyah, and Rohani Fitriyani. 2022. "Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3(1):211–24. doi: 10.38035/jmpis.v3i1.867.
- Gain, Robert, and dkk. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt." *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 2(2):142–50.
- Isa, Muhammad, H. Aswadi Lubis, and Ilma Sari Lubis. 2020. "Pengaruh Religiusitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rahmat Syariah

- Swalayan City Walk Padangsidempuan.” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 3(1):1–15. doi: 10.36778/jesya.v3i1.123.
- Kresna, muhammad Daffa, and Nursya'bani Purnama. 2021. “Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 4(2):194–201.
- Lailiya, Nisfatul. 2020. “Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia.” *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN* 2(2):113. doi: 10.51804/iej.v2i2.764.
- Muchlisin, mayani kurnianty. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Umsu).” *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan* 7–28.
- Oktaviani, Shella, and Eso Hernawan. 2022. “Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Lunica.” *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen* 10(2):1–15.
- Rafi, Mohammad, and Agung Budiatmo. 2018. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Kafe Mom Milk Semarang.” *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC Tahun* 1–7.
- Ramadhan, : Dimas Budi. 2017. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Beras Pada Perum Bulog Divre Sumatera Utara.” *Journal Management* 1–104.
- Razak, Ismail. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap.” *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* 7(2):7–8.
- Sari et al. 2022. “Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Variabel Green Marketing Dan Brand Ambassador UMKM Ngudi Rejeki Kelorida.” *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah* 4(2):308–27. doi: 10.47467/alkharaj.v43i2.644.
- Sinaga, Triana Melinda, Ricky Wijaya, S. T. Manajemen Bisnis, Multi Sarana, Manajemen Administrasi, and Rekayasa Teknologi. 2022. “In Rumah Makan Leidong Food Medan Pengaruh Harga , Kualitas Produk , Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Rumah Makan Leidong Food Medan.” 4(1):1–11.
- Sugianto, Rany, and Sugianta Ovinus Ginting. 2020. “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Fasilitas Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan Medan Resort City.” *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil* 10(1):1–12. doi: 10.55601/jwem.v10i1.666.
- Wati, Reny Kusuma, and Rayhan Gunaningrat. 2021. “Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di ‘Kopi Joss Wonogiri.’” *Seminar Nasional & Call for Paper Hubisintek* 206–16.

- Wibisono, Ekky Suti. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah Di Balongbendo*. Vol. 53.
- Widodo, Sugeng, Rahmayanti Tumanggor, and Jaenudin Jaenudin. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Iphone Di Tangerang Selatan." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA)* 3(1):25–36. doi: 10.32493/jmw.v3i1.29447.