

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kegiatan ekonomi adalah upaya untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Dengan pertumbuhan ekonomi, kebutuhan masyarakat akan terpenuhi. Untuk melakukan kebutuhan masyarakat tersebut, maka lapangan pekerjaan harus tersedia untuk menyerap semua pekerja saat ini. Untuk memenuhi kebutuhan hidup dan menjadi sejahtera, masyarakat harus meningkatkan kemampuan dan potensi mereka. Masyarakat yang mampu dan jeli melihat potensi diri mereka, dan mampu mengidentifikasi lingkungannya dapat menemukan dan membuka peluang usaha bagi dirinya sendiri dan masyarakat sekitar. Bagian terbesar dari ekonomi nasional adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang melibatkan masyarakat dalam berbagai kegiatan ekonomi.<sup>1</sup>

Bagi suatu daerah, UMKM sangat penting terutama sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi. Hal ini karena UMKM mempromosikan produk kreatif lokal dan memberi peluang bisnis lokal peluang bisnis. Selain itu, UMKM dianggap sangat penting untuk meningkatkan pendapatan per kapita.<sup>2</sup> UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia karena memberikan kontribusi tahunan sekitar Rp. 8,573 Triliun atau sebesar lebih dari 60%

---

<sup>1</sup> Fai'zah Laila Maulidah dan Renny Oktafia, "Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Mikro Serta Dampak Kesejahteraan Masyarakat Desa Kweden Kecamatan Tarik Kabupaten Sidoarjo (Menurut Pandangan Maqashid Syariah)" *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Volume 06 No. 03* (2020). 572. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/1211/784> (Diakses Pada 22 Desember 2023).

<sup>2</sup> Abdul Halim, "Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju" *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan Volume 1, No. 2* (2020), 158. <https://stiemmamuju.e-journal.id/gjiep/article/download/39/30> (Diakses pada 03 September 2023).

terhadap PDB nasional pada tahun 2022.<sup>3</sup> UMKM di berbagai wilayah di Indonesia meningkat setiap tahunnya.<sup>4</sup> Salah satu wilayah di Indonesia yang memiliki peningkatan jumlah UMKM yaitu Kabupaten Kediri. Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) pada tahun 2021 di Kabupaten Kediri jumlah UMKM telah mencapai 6.613 UMKM dan pada tahun 2022 mengalami peningkatan jumlah UMKM menjadi 9.475 UMKM. Dari jumlah 9.475 tersebut mayoritas berasal dari industri kuliner yang terdiri dari 6.195 UMKM.

**Tabel 1.1**  
**Daftar Jumlah UMKM Beberapa Bidang di Kabupaten Kediri**

No	Jenis	Jumlah
1	Kuliner	6.195
2	Lainnya	1.759
3	Kerajinan	834
4	Fashion	247
5	Agri Bisnis	224
6	Jasa	126
7	Perdagangan Besar	90
	<b>TOTAL</b>	<b>9.475</b>

Sumber: Data Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Kediri 2022.

Jumlah 6.195 UMKM tersebut tersebar di beberapa titik, salah satunya ada di Kecamatan Badas. Kecamatan Badas merupakan lokasi yang strategis yang berada di wilayah jalan provinsi yang menghubungkan Kabupaten Kediri dan Kabupaten Jombang. Bahkan jika menggunakan angkutan umum, Kecamatan Badas juga sebagai jalan provinsi yang dilewati yang menghubungkan 2 kota besar, Pare dan Malang. Kehadiran jalan tersebut memungkinkan aksesibilitas yang baik bagi penduduk lokal maupun wisatawan

<sup>3</sup> Annisa Anastasya, "Data UMKM, Jumlah dan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia" <https://www.ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia> (Diakses pada 03 September 2023).

<sup>4</sup> Fajar Billy Sandi, "5 Permasalahan UMKM yang sering terjadi dan Solusinya" <https://www.online-pajak.com/seputar-pph-final/permasalahan-umkm> (Diakses pada 02 September 2023).

yang melewati wilayah tersebut. Dengan posisi yang strategis, Kecamatan Badas memiliki potensi besar untuk mendukung pengembangan pemasaran yang lebih luas bagi produk UMKM. Kehadiran jalan provinsi sebagai jalur utama transportasi akan mempermudah distribusi produk UMKM dari Kecamatan Badas Kabupaten Kediri ke berbagai daerah lainnya. Selain itu, potensi pariwisata disekitar wilayah tersebut juga dapat menjadi peluang bagi UMKM untuk memasarkan produk mereka kepada wisatawan yang melewati atau berkunjung ke daerah tersebut. Dengan demikian, pengembangan pemasaran produk UMKM di Kecamatan Badas dapat dijadikan sebagai salah satu strategi untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian di Kecamatan Badas Kabupaten Kediri.

Persaingan bisnis khususnya bidang kuliner saat ini sedang marak-maraknya. Sehingga mengharuskan pelaku UMKM untuk melakukan inovasi dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, selain itu diperlukan adanya strategi yang tepat agar produknya diminati oleh masyarakat. Para pengusaha harus membuat strategi pemasaran untuk bersaing menghadapi persaingan saat ini. Strategi ini melibatkan target pasar dan bauran pemasaran yang disebut sebagai 4P (*product, price, place, and promotion*).<sup>5</sup> Strategi pemasaran berperan penting dalam mencapai visi dan misi perusahaan, karena merupakan bagian dari implementasi dari rencana dalam sebuah organisasi. Selain itu, strategi pemasaran juga berfungsi untuk memberikan gambaran kegiatan yang

---

<sup>5</sup> Santri Zulaicha dan Rusda Irawati, "Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam" *Inovbiz Jurnal Inovasi Bisnis Volume 4 No. 2* (2016), 123. <http://ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBP/article/view/76> (Diakses pada 04 September 2023).

bertujuan untuk mengoptimalkan kinerja demi mencapai tujuan perusahaan.<sup>6</sup> Strategi pemasaran yang efektif dapat mempengaruhi kemungkinan pembeli untuk membuat keputusan pembelian. Keputusan pembeli untuk membeli sesuatu dipengaruhi oleh pemikiran mereka tentang informasi yang mereka dapatkan.

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro dan Menengah (Kemenkop UKM) Kabupaten Kediri, diketahui bahwa Kecamatan Badas memiliki jumlah 317 UMKM kuliner. Dari berbagai usaha kuliner yang ada tersebut, tentunya memiliki berbagai jenis kuliner yang telah diproduksi. Berikut adalah jumlah tertinggi jenis usaha kuliner yang ada di Kecamatan Badas.

**Tabel 1.2**  
**Daftar Jumlah Jenis Kuliner Tertinggi di Kecamatan Badas**

No.	Jenis	Jumlah
1.	Bakery/Roti	60
2.	Tahu Tempe	34
3.	Keripik	25
4.	Kerupuk	26
5.	Madu	22

Sumber: Data diolah pada 27 September 2023.

Berdasarkan pada tabel 1.2 diatas, industri bakery adalah industri yang telah mendominasi dari pada yang lainnya. Dari 60 jumlah usaha bakery tersebut, yang memiliki perizinan P-IRT terdiri dari 4 usaha dan yang 56 belum memiliki perizinan P-IRT. Dalam hal ini, peneliti mengambil usaha roti yang memiliki perizinan P-IRT saja. Berikut beberapa industri roti di Kecamatan

---

<sup>6</sup> Arif Zunaidi dan Vickesia Trisnasari, "Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Amanah iB Di Tinjau Dari Marketing Mix 4P (Studi Kasus PadaBPRS Kota Mojokerto Cabang Jombang" *Muamalatuna: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Vol. 13 No. 2* (2021). <https://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/mua/article/view/5525> (Diakses Pada 13 Oktober 2024).

Badas yang memiliki perizinan P-IRT menurut data dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Kediri.

**Tabel 1.3**  
**Nama Industri Roti di Kecamatan Badas**

No.	Nama Industri	Tahun Berdiri
1.	Naf'a Bakery	2009
2.	Ana Cake N Donut's	2017
3.	King Boy Bakery	2017
4.	Wildan Bakery	2018

Sumber: Data hasil observasi 29 September 2023.

Berdasarkan tabel 1.3 diatas, terdapat 4 usaha bakery beserta tahun berdirinya. Dari 4 usaha bakery tersebut peneliti melakukan perbandingan pada 3 usaha yang berdiri paling lama seperti Naf'a Bakery, Ana Cake N Donut's, dan King Boy Bakery. Peneliti memilih usaha paling lama berdiri karena diasumsikan usaha tersebut mampu bersaing dengan usaha sejenis, sehingga dapat bertahan lama sampai saat ini. Dari hasil observasi yang peneliti lakukan pada 29 September 2023 diperoleh data sebagai berikut:

**Tabel 1.4**  
**Nama Industri Roti di Kecamatan Badas dan Perbandingannya**

No.	Uraian	Naf'a Bakery	Ana Cake N Donut's	King Boy Bakery
1.	Tahun Berdiri	2009	2017	2017
2.	Produk	a. Sandwich b. Mooncake c. Pia d. Ulir	a. Kue Kering b. Tart c. Brownis	a. Roti Manis
3.	Harga	@ Rp. 1.800	Rp. 2000-45000	@ Rp. 3000
4.	Tempat	Jl. Mawar Rt. 001, Rw. 027, Dsn. Pandan, Ds. Canggalu.	Jl. Lovebird Rt. 001, Rw. 007, Ds. Canggalu.	Rt. 001, Rw. 017, Dsn. Surowono, Ds. Canggalu.
5.	Promosi	Promosi dari mulut ke mulut, instagram.	Media sosial (Whatsapp, Facebook, Instagram).	Promosi dari mulut ke mulut.
6.	Jumlah Produksi	± 51.000 roti	± 3.000 roti	± 4000 roti

Sumber: Data hasil observasi pada Naf'a Bakery, Ana Cake N Bakery, dan King Boy Bakery (2023).

Berdasarkan tabel 1.4 diatas, Naf'a Bakery memiliki keunggulan produk dan harga dibanding dengan yang lainnya. Naf'a Bakery menjual berbagai jenis roti yang ditawarkan, terdapat 4 jenis roti diantaranya yaitu roti sandwich, mooncake, pia, dan ulir. Roti sandwich adalah roti yang dimana terdapat selai berbagai rasa yang diapit oleh roti tipis. Kemudian roti mooncake adalah kue kering yang diisi dengan berbagai macam isian seperti kacang hijau dan lain-lain. Selanjutnya pia adalah kue tradisional yang memiliki berbagai isian yang dibungkus oleh adonan roti. Dan roti ulir adalah roti yang cara pembuatannya dibentuk dengan bentuk uliran. Selain itu, Naf'a Bakery memberikan harga yang lebih terjangkau dibanding yang lainnya, sehingga dengan harga terjangkau tersebut dapat menarik minat pembeli. Dan untuk jumlah produksinya dibanding dengan yang lainnya lebih banyak, dengan hal tersebut menunjukkan bahwa Naf'a Bakery telah memenangkan persaingan dengan kompetitor. Diantara beberapa produk Naf'a Bakery yang telah disebutkan, roti sandwich yang paling banyak penjualannya dibanding yang lainnya.<sup>7</sup> Berikut data jumlah penjualan Roti Naf'a Bakery:

**Tabel 1.5**  
**Data Jumlah Penjualan Roti Naf'a Bakery Per Hari**

No.	Roti	Jumlah
1.	Sandwich	±18.000
2.	Pia	±8.000
3.	Mooncake	±15.000
4.	Ulir	±10.000

Sumber: Data penjualan roti Naf'a Bakery 2023.

Kotler dan Amstrong mengatakan bahwa keputusan pembelian konsumen adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara actual

---

<sup>7</sup> Faisal, karyawan bagian administrasi, wawancara oleh penulis di Desa Cunggu pada tanggal 19 Juni 2023.

melakukan pembelian produk.<sup>8</sup> Dalam proses pembelian, konsumen harus dapat menggabungkan pengetahuan mereka sebelum menilai produk yang terkait dengan produk yang akan mereka beli. Sebelum membuat keputusan pembelian beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu bauran pemasaran 4P (produk, harga, tempat, dan promosi).

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan dan dibuat oleh perusahaan agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Selanjutnya adalah harga, harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk bisa mendapatkan produk. Kemudian lokasi atau jangkauan tempat yang mencakup aktivitas perusahaan yang membuat produk tersedia bagi konsumen sasaran. Dan yang terakhir yaitu promosi, promosi adalah kegiatan yang berupa penyampaian informasi berkaitan tentang produk kepada konsumen.<sup>9</sup>

Berdasarkan data observasi tersebut, peneliti melakukan observasi terhadap 40 responden dan melakukan pengelompokan alasan dari konsumen yang membeli produk roti sandwich Naf'a Bakery Kediri. Berikut alasan konsumen Naf'a Bakery memutuskan untuk membeli roti sandwich:

**Tabel 1.6**  
**Alasan Konsumen Membeli Roti Sandwich Naf'a Bakery**

Alasan	Jumlah
Produk	21
Harga	17
Lokasi	1
Promosi	1
<b>Total</b>	<b>40</b>

Sumber: data hasil observasi pada tanggal 31 Agustus 2023.

<sup>8</sup> Zuraidah dan Angelia Nesma Yunika Putri, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care" *Istithmar: Journal Of Islamic Economic Development Vol. 4 No. 2* (2020). <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/istithmar/article/view/11/81> (Diakses Pada 11 Oktober 2024).

<sup>9</sup> Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Principles Of Marketing Edisi 17* (New Jersey: Pearson Education, 2018), 77-78.

Berdasarkan data hasil observasi tersebut terdapat konsumen yang memilih karena produk sebanyak 21 orang, karena harga sebanyak 17 orang, karena lokasi 1 orang, dan karena promosi 1 orang. Hasil tersebut dapat diketahui bahwa faktor yang paling banyak mempengaruhi konsumen produk roti sandwich Naf'a Bakery yaitu berdasarkan produk dan harga. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul "PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI SANDWICH (Studi pada Naf'a Bakery Kecamatan Badas Kabupaten Kediri)".

### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana produk roti sandwich pada Naf'a Bakery Kediri?
2. Bagaimana harga roti sandwich pada Naf'a Bakery Kediri?
3. Bagaimana keputusan pembelian roti sandwich pada Naf'a Bakery Kediri?
4. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan pembelian roti sandwich pada Naf'a Bakery Kediri?
5. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian roti sandwich pada Naf'a Bakery Kediri?
6. Bagaimana pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian roti sandwich pada Naf'a Bakery Kediri?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui produk roti sandwich pada Naf'a Bakery Kediri.
2. Untuk mengetahui harga roti sandwich pada Naf'a Bakery Kediri.
3. Untuk mengetahui keputusan pembelian roti sandwich pada Naf'a Bakery Kediri.

4. Untuk menganalisa pengaruh produk terhadap keputusan pembelian roti sandwich pada Naf'a Bakery Kediri.
5. Untuk menganalisa pengaruh harga terhadap keputusan pembelian roti sandwich pada Naf'a Bakery Kediri.
6. Untuk menganalisa pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian roti sandwich pada Naf'a Bakery Kediri.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi penulis

Penulis berharap dapat memberikan wawasan dan pengetahuan tentang berbagai hal yang terjadi di lapangan, salah satunya dalam hal pemasaran dan keputusan pembelian. Selain itu, penelitian ini merupakan salah satu bukti bahwa penulis mampu menerapkan ilmu yang didapat selama perkuliahan baik teori maupun praktik.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan terutama dalam hal mempertimbangkan penetapan produk dan harga sehingga dapat mempengaruhi minat pembeli.

3. Bagi lembaga pendidikan

Penulis berharap dapat membantu mahasiswa ataupun kalangan akademik sebagai salah satu referensi untuk menyelesaikan masalah terkait dengan pemasaran maupun keputusan pembelian.

#### **E. Telaah Pustaka**

1. Penelitian berjudul “Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk ZA (Studi Pada UD Pertanian Eka Tani Ngronggot)” yang

dilakukan Miya Ulfatu' Aini<sup>10</sup> memiliki populasi berjumlah tak terhingga dengan jumlah sampel 349 orang. Metode pengambilan sampelnya menggunakan teknik *probability sampling* dengan *simple random sampling*. Hasil analisis menunjukkan bahwa uji F adalah  $276,049 > 3,201$  dengan nilai Sig.  $0,000 < 0,05$ . Ini berarti ada pengaruh antara variabel produk dan harga terhadap keputusan pembelian Pupuk ZA pada UD Pertanian Eka Tani Ngronggot.

Persamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu di metode penelitian dimana sama-sama menggunakan metode kuantitatif, dan persamaan lainnya yaitu pada variabel penelitian. Perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu terdapat pada objek penelitian dimana penelitian terdahulu terletak di UD Pertanian Eka Tani Ngronggot, dan penelitian ini terletak di Naf'a Bakery Kediri.

2. Penelitian yang berjudul "Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jamu (Studi Pada Ngejamu Ang Mojoroto Kota Kediri)" dilakukan oleh Diana Megayati Aula.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan jumlah responden 349 orang. Analisis data menggunakan regresi linier berganda menghasilkan persamaan regresi  $Y = 10,070 + 0,676 X_1 + 0,366 X_2$ . Nilai  $F_{hitung}$  adalah 234,253 dengan nilai signifikansi 0,000. Ini menunjukkan bahwa baik produk maupun promosi memiliki pengaruh

---

<sup>10</sup> Miya Ulfatu' Aini, "Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk ZA (Studi Pada UD Pertanian Eka Tani)" (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2022).

<sup>11</sup> Diana MegayatiAula, "Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jamu (Studi Pada Ngejamu Ang Kota Kediri)" (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2022).

signifikan terhadap keputusan pembelian jamu pada Ngejamu Ang Mojoroto Kota Kediri.

Persamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu di metode penelitian dimana sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu terletak pada variabel dan objek penelitian. Variabel penelitian saat ini yaitu produk dan harga, sedangkan pada penelitian terdahulu yaitu variabel produk dan promosi. Objek penelitian saat ini terletak di Naf'a Bakery Kediri, sedangkan penelitian terdahulu terletak di Ngejamu Ang Mojoroto Kota Kediri.

3. Penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Jasmine Tea* (Studi Pada Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri) dilakukan oleh Risma Putri Cahyanni.<sup>12</sup> Penelitian ini melibatkan 349 responden sebagai sampel, dengan metode pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling* dengan *simple random sampling*. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan persamaan regresi  $Y=6,533 + 0,120 X_1 + 0,552 X_2$ . Dalam uji F diperoleh nilai  $F_{hitung}$  100,800 dengan nilai Sig. 0,000. Ini mengindikasikan bahwa harga dan produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian *Jasmine Tea*.

Persamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu di metode penelitian dimana sama-sama menggunakan metode kuantitatif, dan persamaan lainnya yaitu pada variabel penelitian. Perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu terdapat pada objek

---

<sup>12</sup> Risma Putri Cahyanni, “Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Jasmine Tea* (Studi Pada Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri)” (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri,2022).

penelitian dimana penelitian sebelumnya terletak di Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri, dan penelitian ini terletak di Naf'a Bakery Kediri.

4. Penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Produk, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Rumah Makan Koki Jody Magelang)” yang dilakukan oleh Taufan Hidayat.<sup>13</sup> Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan berjumlah 155 orang dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa produk, harga, promosi, dan lokasi secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian Rumah Makan Koki Jody di Magelang. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 12,147 dan  $Sig. 0,000 < 0,05$ .

Persamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu di metode penelitian dimana sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu terletak pada variabel dan objek penelitian. Variabel penelitian saat ini yaitu produk dan harga, sedangkan pada penelitian sebelumnya yaitu variabel produk, harga, promosi, dan lokasi. Objek penelitian saat ini terletak di Naf'a Bakery Kediri, sedangkan penelitian sebelumnya terletak di Rumah Makan Koki Jody Magelang.

5. Penelitian yang berjudul “Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di *Morning Bakery* Batam” yang dilakukan oleh

---

<sup>13</sup> Taufan Hidayat, “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Rumah Makan Koki Jody Magelang)” *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 17 No. 2* (2020). <https://journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/view/34783> (Diakses pada 28 November 2023).

Santri Zulaicha dan Rusda Irawati.<sup>14</sup> Studi ini melibatkan 186 responden sebagai sampel, yang diambil menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa produk dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai resesi produk sebesar 61,7% dan 37,9% terhadap harga.

Persamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu di metode penelitian dimana sama-sama menggunakan metode kuantitatif, dan persamaan lainnya yaitu pada variabel penelitian. Perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu terdapat pada objek penelitian dimana penelitian sebelumnya terletak di *Morning Bakery* Batam dan penelitian ini terletak di Naf'a Bakery Kediri.

6. Penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Market Place* Di Shopee” yang dilakukan oleh Fathorrahman dkk.<sup>15</sup> Studi ini melibatkan 82 responden sebagai sampel, yang diambil menggunakan *purposive sampling*. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena harga masih belum menjadi faktor penentu bagi mahasiswa dalam memutuskan untuk membeli suatu produk.

---

<sup>14</sup> Santri Zulaicha dan Rusda Irawati, “Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam” *Jurnal Inovasi Bisnis Volume 4 No. 2* (2016). <http://ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBP/article/view/76> (Diakses pada 04 September 2023).

<sup>15</sup> Fathorrahman dkk, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Market Place di Shopee” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia Vol. 08 No. 02* (2022).

Persamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu di metode penelitian dimana sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu terdapat pada objek penelitian dimana penelitian sebelumnya terletak pada *Marketplace* Shopee dan penelitian ini terletak di Naf'a Bakery Kediri.

7. Penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee” yang dilakukan oleh Hafid Maulana dkk.<sup>16</sup> Studi ini melibatkan 106 responden sebagai sampel, yang diambil menggunakan teknik *simple random sampling*. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa kualitas produk, harga dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. hal tersebut dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 110,142 dan nilai signifikan sebesar 0,000.

Persamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu di metode penelitian dimana sama-sama menggunakan metode kuantitatif,. Perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu terdapat pada objek penelitian dimana penelitian sebelumnya terletak pada *Marketplace* Shopee dan penelitian ini terletak di Naf'a Bakery Kediri.

8. Penelitian yang berjudul “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Alat Tulis Hadi Sutrisno Putra 2 Limpung”

---

<sup>16</sup> Hafid Maulana dkk, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee” *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science* Vol. 1 No. 1 (2022). <https://wnj.westscience-press.com/index.php/jbmws/article/view/93> (Diakses pada 07 September 2024).

yang dilakukan oleh Erina Setyawati.<sup>17</sup> Studi ini melibatkan 40 responden sebagai sampel, yang mana pengambilan sampel dilakukan dengan cara sampling jenuh. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh, sedangkan variabel produk, lokasi, dan promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Persamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu di metode penelitian dimana sama-sama menggunakan metode kuantitatif,. Perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu terdapat pada objek penelitian dimana penelitian sebelumnya terletak di toko alat tulis Hadi Sutrisno 2 Limpung dan penelitian ini terletak di Naf'a Bakery Kediri.

9. Penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs *E-Commerce* Zalora Di Jakarta” yang dilakukan oleh Reni Ernawati.<sup>18</sup> Studi ini melibatkan 75 responden sebagai sampel, yang diambil menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

---

<sup>17</sup> Erina Setyani, “ Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Alat Tulis Hadi Sutrisno Putra 2 Limpung” (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, 2015).

<sup>18</sup> Reni Ernawati, “Analisis Pengaruh Promosi, Hharga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-Commerce Zalora di Jakarta” *Business Management Analysis Journal Vol. 4 No. 2* (2021).

Persamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu di metode penelitian dimana sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu terdapat pada objek penelitian dimana penelitian sebelumnya terletak pada situs *e-commerce* Zalora di Jakarta dan penelitian ini terletak di Naf'a Bakery Kediri.

10. Penelitian yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Andita Syariah Surabaya” yang dilakukan oleh Desy Kavanillah dan Ahmad Ajib Ridlwan.<sup>19</sup> Studi ini melibatkan 100 responden sebagai sampel, yang diambil menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa secara parsial variabel produk, harga, promosi, manusia, proses, sabar tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. sedangkan untuk variabel lokasi, bukti fisik, dan janji memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan menginap di Hotel Andita Syariah Surabaya.

Persamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu di metode penelitian dimana sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu terdapat pada objek penelitian dimana penelitian sebelumnya terletak di Hotel Andita Syariah Surabaya dan penelitian ini terletak di Naf'a Bakery Kediri.

---

<sup>19</sup> Desy Kavanillah dan Ahmad Ajib Ridlwan, “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Mnginap di Hotel Andita Syariah Surabaya” *Iqtishoduna Vol. 7 No. 2* (2018). <https://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/iqtishoduna/article/view/230> (Diakses Pada 26 Agustus 2024).

## F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang harus diuji kembali secara empiris.<sup>20</sup>

1. H<sub>0</sub>: tidak terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pembelian roti sandwich pada Naf'a Bakery Kediri.

H<sub>a</sub>: terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pembelian roti sandwich pada Naf'a Bakery Kediri.

2. H<sub>0</sub>: tidak terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian roti sandwich pada Naf'a Bakery Kediri.

H<sub>a</sub>: terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian roti sandwich pada Naf'a Bakery Kediri.

3. H<sub>0</sub>: tidak terdapat pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian roti sandwich pada Naf'a Bakery Kediri.

H<sub>a</sub>: terdapat pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian roti sandwich pada Naf'a Bakery Kediri.

---

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 63.