

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Persaingan dalam dunia bisnis saat ini semakin banyak menunjukkan perkembangan yang luas dan juga pesat. Banyak usaha-usaha yang berdiri dengan bentuk usaha jasa atau dalam menghasilkan produk. dimana bisnis pada saat ini menuntut setiap pelaku usaha untuk dapat selalu siap untuk bersaing dan menciptakan suatu inovasi baru yang dapat memikat hati para pelanggan agar membeli produk atau jasa tersebut. Pengaruh yang muncul di perkembangan zaman ini adalah banyaknya produk barang atau jasa yang muncul untuk menawarkan segala kelebihan dan juga keunikan yang dimiliki oleh produk atau jasa tersebut. Untuk selalu menjaga dan mampu bertahan dalam upaya memasarkan produk atau jasa, para pelaku usaha harus menetapkan suatu strategi dalam pemasaran untuk dapat meningkatkan operasional bisnis yang dijalankan dan juga untuk merencanakan suatu pengembangan bisnis dalam jangka panjang.

Pemasaran mempunyai peranan penting dalam kegiatan perekonomian terutama bagi keberhasilan suatu usaha, karena pemasaran memiliki peran sebagai langkah awal untuk memasarkan produk yang di produksi kepada konsumen dan strategi pemasaran juga menjadi kunci utama dalam mempertahankan usaha agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan.¹ Strategi

¹ Rendra Erdkhadifa and Bella Nureza Novariana, "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Dengan Pendekatan Regresi Logistik Biner," *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business* 1, no. 2 (2021): 150.

pemasaran yang ditarpkan oleh pelaku usaha dapat mempengaruhi calon konsumen dalam membuat keputusan pembelian produk atau jasa yang ditawarkan. Setiap konsumen akan mempunyai kesan tersendiri saat melakukan suatu pembelian. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu terus untuk terus berinovasi menciptakan sesuatu yang berbeda dengan pesaing. Strategi pemasaran merupakan suatu *mindset* dalam pemasaran yang digunakan agar tercapainya tujuan perusahaan, di dalamnya terdapat berbagai strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan suatu posisi, bauran pemasaran (*Marketing Mix*), dan budget untuk pemasaran.² Perencanaan pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha memiliki pengaruh yang besar terhadap peningkatan dalam penjualan. Jika pelaku usaha bisa mempertahankan dan juga meningkatkan penjualan usaha dengan mencari, membuat hubungan baik dengan pelanggan, serta menguasai pasar. Maka pelaku usaha tersebut dapat menjalankan bisnisnya. Hal ini dapat tercapai jika pelaku usaha menjalankan strategi pemasaran dengan baik, sehingga pelaku usaha dapat mempertahankan kedudukannya atau bahkan meningkatkan pasar tersebut.

Dari berbagai jenis usaha baru yang muncul ditengah-tengah perkembangan zaman saat ini, banyak dari pelaku usaha yang mengembangkan bisnis kuliner di Indonesia, dikarenakan usaha yang bergerak pada industri kuliner ini termasuk kegiatan usaha dengan keuntungan yang besar dan meningkatnya laba . Terdapat berbagai macam atau pilihan bagi pelaku usaha

² Marissa Grace et al., *Strategi Pemasaran (Konsep, Teori Dan Implementasi)* (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021), 10.

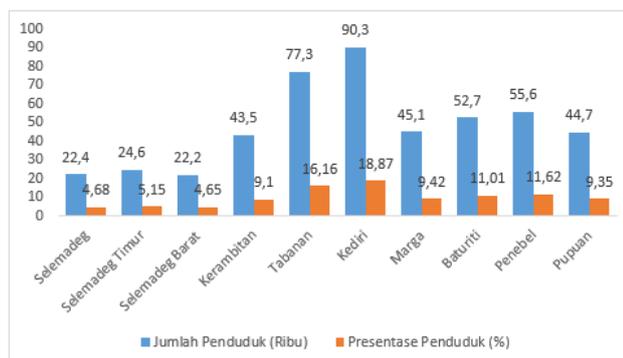
untuk menentukan jenis bisnis kuliner apa yang akan dilakukan, mulai dari mengikuti tren yang viral saat ini seperti makanan berat, makanan pendamping, makanan ringan, hingga *dessert*. Salah satu jenis makanan ringan yang disukai masyarakat yaitu produk *Bakery*. *Bakery* termasuk ke dalam makanan ringan atau yang biasa dikenal dengan jenis kue, roti, biskuit, *pastry*, dan lain-lain. *Bakery* sendiri terbuat dari bahan campuran tepung terigu yang ditambahkan dengan bahan lain seperti margarin, telur, gula, garam, dan bahan pelengkap lainnya.³

Kabupaten Tabanan merupakan salah satu dari sembilan kabupaten/kota di Provinsi Bali, dengan luas wilayah mencapai 839,33 km² atau sekitar 14,90% dari total luas Provinsi Bali, dengan jumlah penduduk sebanyak 431.162 jiwa. Kabupaten Tabanan terletak di bagian selatan Pulau Bali, yang dimana wilayah Tabanan ini terdiri atas dataran tinggi dan dataran rendah, mencakup kawasan pegunungan hingga pantai. Berdasarkan data Pemerintah Kabupaten Tabanan tahun 2024, kabupaten ini terbagi menjadi 10 kecamatan, 133 desa, 729 banjar adat dan 334 desa adat. Terdapat 10 kecamatan yang berada di kabupaten tabanan yaitu: Kecamatan Tabanan, Kediri, Kerambitan, Selemadeg, Selemadeg Barat, Selemadeg Timur, Penebel, Pupuan, Marga, dan Baturiti.⁴

³ R Andriana and F Khoerunisa, "Kreasi Pizza Ubi Jalar Ungu Sebagai Peluang Usaha Home Industry," *Jurnal Kajian Pariwisata* 2, no. 2 (2020): 53.

⁴ Pemerintah Kabupaten Tabanan, "Selayang Pandang Kabupaten Tabanan," last modified 2024, accessed June 29, 2025, <https://www.tabanankab.go.id/home/mengenal-tabanan/selayang-pandang>.

Gambar 1.1
Data Kecamatan Kabupaten Tabanan



Sumber Data: Badan Pusat Statistik Kabupaten Tabanan, 2025

Kecamatan Kediri merupakan salah satu dari sepuluh kecamatan yang berada di Kabupaten Tabanan. Kecamatan Kediri memiliki luas wilayah sebesar 55,56 km². Berdasarkan data statistik diatas, menunjukkan bahwa Kecamatan Kediri memiliki jumlah penduduk yang cukup banyak yakni sebesar 77,3 ribu jiwa. Kecamatan Kediri merupakan Kecamatan yang memiliki kapasitas yang cukup besar dalam hal ekonomi. Karena di Kecamatan Kediri ini terdapat banyak objek wisata seperti pantai ataupun pemandangan alam yang menjadi tujuan wisatawan saat liburan.⁵ Kecamatan Kediri memiliki banyak keberagaman salah satunya acara keagamaan. yang sering diselenggarakan oleh masyarakat setempat seperti upacara adat, hari besar keagamaan, dan kegiatan keagamaan lainnya yang melibatkan banyak orang, sehingga menciptakan peluang ekonomi dan mendorong berkembangnya berbagai jenis usaha, termasuk usaha kuliner seperti bakery yang semakin diminati untuk

⁵ Ni Putu Sri Utami Putri et al., "Potensi Pengembangan Pantai Nyanyi Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan, Bali.," *Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata* 2, no. 2 (2022): 38.

memenuhi kebutuhan konsumsi pada acara-acara tersebut. Banyaknya pelaku usaha yang mengembangkan usaha *Bakery* di Kecamatan kediri ini membuat persaingan usaha *Bakery* ini semakin pesat. Ada beberapa usaha bakery yang berkembang di Kecamatan kediri yaitu: *Hakiky Bakery* Tabanan, *Valencia Bakery* Tabanan, *Salam Bakery*. Berdasarkan hasil penyebaran Kuesioner yang telah dilakukan oleh peneliti, berikut ini Toko *Bakery* yang sering dikunjungi oleh konsumen saat melakukan pembelian:

Tabel 1.1
Data Rata-Rata *Bakery* Yang Sering Dikunjungi

No	Nama Toko <i>Bakery</i>	Responden
1	<i>Hakiky Bakery</i> Tabanan	35
2	<i>Valencia Bakery</i> Tabanan	11
3	<i>Salam Bakery</i>	4
Total Responden		50

Sumber Data: hasil Observasi Diolah Peneliti pada 23 Desember 2024

Dari hasil data pada tabel 1.1 diatas dapat diketahui bahwa *Hakiky Bakery* Tabanan merupakan Toko *Bakery* yang paling sering dikunjungi oleh konsumen. Hal ini dapat dilihat dari hasil penyebaran kuesioner yang dimana *Hakiky Bakery* Tabanan mendapatkan jumlah responden sebanyak 41 responden yang dimana jumlah tersebut lebih tinggi diantara *Valencia Bakery* Tabanan dan *Salam Bakery*. Maka dengan itu peneliti memilih *Hakiky Bakery* Tabanan sebagai Objek Penelitian.

Hakiky Bakery adalah usaha roti dan kue yang telah berdiri sejak 17 April 1997, yang dimana awal dari usaha ini masih membuat produknya dengan tenaga manusia dan belum menggunakan mesin, sebelum mempunyai toko pemilik menitipkan produknya pada toko-toko sekitar. Dan pada tahun 1999

toko pertamanya berada di Jl. Sesetan No. 43, Sesetan, Denpasar Selatan dan cabang kedua yaitu Hakiky *Bakery* Tabanan beroperasi pada bulan Oktober 2002 yang berlokasi di Jl. Ahmad Yani No.27, Abian Tuwung, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan, Bali.

Keunggulan yang dimiliki oleh Hakiky *Bakery* Tabanan ini memiliki varian yang cukup banyak baik produk roti asin ataupun produk roti manis, contohnya untuk roti manis yaitu roti pisang coklat dan untuk roti asin yaitu roti keju telur yang menjadi best seller dari toko Hakiky *Bakery* tabanan tersebut. Selain varian produk, ada pula keunggulan dari toko Hakiky *Bakery* Tabanan ialah Harga yang relatif lebih terjangkau dari para pesaing *bakery* lainnya. Berikut ini peneliti melakukan perbandingan dari 3 (tiga) Toko *Bakery* yang dilihat dari produk dan harga:

Tabel 1.2
Perbandingan Produk dan Harga Hakiky Bakery, Valencia Bakery, dan Salam Bakery

No	Indikator	Hakiky <i>Bakery</i> Tabanan	Valencia <i>Bakery</i> Tabanan	Salam <i>Bakery</i>
1	Produk	- Hakiky <i>Bakery</i> Tabanan memiliki berbagai macam <i>bakery</i> dengan beberapa kategori seperti donat yang memiliki 10 jenis varian, bolu gulung yang memiliki 20 jenis varian rasa, roti tawar yang memiliki 9 jenis varian, pastry yang memiliki 16 jenis varian, kue	- Valencia <i>Bakery</i> Tabanan memiliki varian produk roti yang cenderung sedikit pilihannya dibandingkan dengan Hakiky <i>Bakery</i> seperti donat yang memiliki 24 macam varian rasa, kue tart	- Salam <i>Bakery</i> memiliki varian produk yang cenderung sedikit pilihannya dibandingkan dengan Hakiky <i>Bakery</i> dan Valencia <i>Bakery</i> varian roti Donat yang memiliki 10 varian rasa, kue tart

		<p>tart yang memiliki 6 jenis varian, dan roti yang memiliki 38 jenis varian baik jenis roti manis ataupun asin</p> <ul style="list-style-type: none"> - Di Hakiky Bakery setiap harinya memproduksi produk baru dan juga fresh dari bahan-bahan yang berkualitas dan juga telah melewati <i>Quality Control</i> 	<p>yang memiliki 5 macam varian, pastry yang memiliki 12 varian, dan roti yang memiliki 18 jenis varian.</p>	<p>dengan 4 jenis varian, pastry yang memiliki 7 macam varian, dan roti yang memiliki 14 jenis varian</p>
2	Harga	<ul style="list-style-type: none"> - Harga produk di Hakiky Bakery tergolong terjangkau, untuk donat dan roti berkisar mulai dari Rp 3.000 hingga Rp 12.000. Sedangkan untuk bolu gulung dengan berbagai varian filling dijual dengan harga Rp 22.000 dan untuk kue ulang tahun, hakiky bakery menawarkan harga mulai dari Rp 35.000 hingga Rp 95.000 - Kisaran harga pada produk di Hakiky Bakery lebih terjangkau tanpa mengurangi kualitas 	<ul style="list-style-type: none"> - Harga produk di Valencia Bakery cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan Hakiky Bakery yakni: untuk roti berkisar dari harga Rp 7.000 hingga Rp 25.000. sedangkan untuk kue ulang tahun berkisar dari harga Rp 55.000 hingga Rp 200.000 	<ul style="list-style-type: none"> - Harga produk di Salam Bakery cenderung sedikit berbeda dengan Hakiky Bakery yakni: untuk roti berkisar dari harga Rp 7.000 hingga Rp 20.000. sedangkan untuk kue ulang tahun berkisar dari harga Rp 40.000 hingga Rp 170.000

3	Tempat	<ul style="list-style-type: none"> - Hakiky <i>Bakery</i> Tabanan ini berada di Jl. Ahmad Yani No.27, Abian Tuwung, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan, Bali. - Lokasi dari Hakiky <i>Bakery</i> ini strategis karena berada di area pertokoan yang mudah diakses karena berada di pinggir jalan, dan juga memiliki parkir yang luas. Dekat dengan area sekolah, pondok pesantren, dan institut pemerintah 	<ul style="list-style-type: none"> - Valencia <i>Bakery</i> Tabanan ini berada di Jl. Ahmad Yani No.51, Abian Tuwung, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan, Bali. - Lokasi dari Valencia <i>Bakery</i> Tabanan ini berada di pertokoan yang terletak dipinggir jalan yang mudah untuk diakses namun memiliki fasilitas yang terbatas pada lahan parkir yang sempit. 	<ul style="list-style-type: none"> - Salam <i>bakery</i> ini berada di Jl. Gatot Subroto No. 2A, Banjar Anyar, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan, Bali - Lokasi dari Salam <i>Bakery</i> ini berada pada area ruko yang terletak di pinggir jalan namun kurang memiliki akses parkir yang cenderung terbatas.
4	Promosi	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>WhatsApp</i> b. Kartu Nama c. Dari Mulut Ke Mulut d. Banner e. <i>Facebook</i> 	<ul style="list-style-type: none"> a. Dari mulut ke mulut b. <i>WhatsApp</i> 	<ul style="list-style-type: none"> a. Dari mulut ke mulut b. Banner

Sumber data: hasil Observasi Diolah Peneliti pada 10 Desember 2024

Berdasarkan Tabel 2 diatas menunjukkan bahwa Hakiky *Bakery* Tabanan lebih unggul dibandingkan pesaingnya, baik dari sisi produk maupun harga. Hakiky *Bakery* Tabanan menawarkan berbagai variasi produk yang jauh lebih banyak pilihan sesuai selera konsumen. Perpaduan antara pilihan produk yang lengkap dan harga yang bersaing ini menjadikan Hakiky *Bakery* lebih

menarik dan layak menjadi pilihan utama konsumen, terutama bagi mereka yang menginginkan kualitas tanpa harus membayar mahal.

Alasan peneliti memilih dua variabel sebagai perbandingan pada tabel diatas dibandingkan menggunakan keseluruhan dari bauran pemasaran (*Product, Price, Place, Promotion*) adalah dikarenakan keduanya merupakan faktor paling dominan yang secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian, khususnya pada produk makanan seperti bakery. Berdasarkan hasil observasi dan data responden, mayoritas konsumen lebih mempertimbangkan kualitas rasa, tampilan, dan harga produk saat memutuskan membeli, dibandingkan dengan lokasi atau promosi.

Pengambilan keputusan merupakan suatu proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah yang ada lalu menghasilkan kesimpulan dan rekomendasi untuk melakukan sebuah pembelian.⁶ Menurut Kotler dan Armstrong, keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli produk.⁷ Keputusan pembelian ini muncul karena motif atau dorongan yang biasanya yang biasanya disebabkan oleh kebutuhan dan keinginan konsumen.⁸ Sebelum konsumen melakukan pembelian, perlu melalui beberapa tahapan.

⁶ Aldy H Pasaribu, Wesly Andri Simanjuntak, and Duma Rachel Situmorang Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi, "Evaluasi Sistem Informasi Akuntansi Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan Pemberian Kredit Pada Pt. Bpr Solider Medan," *Jurnal Skripsi Akuntansi* 1, no. 1 (2023): 12.

⁷ Philip Kotler and Gery Armstrong, *Prinsip-Prinsip Marketing*, Edisi Ketujuh. (Jakarta: Salemba Empat, 2008).

⁸ Vania Senggetang, Silvy L. Mandey, and Silcyljeova Moniharapon, "Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado," *Jurnal EMBA* 7, no. 1 (2019): 883.

Tahapan yang dilakukan dalam melakukan proses pengambilan keputusan yaitu pengenalan suatu masalah, pencarian sebuah informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian.⁹ Dalam menentukan keputusan pembelian terdapat beberapa faktor yang perlu untuk dipertimbangkan oleh calon konsumen seperti harga, produk, lokasi dan juga promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha. Oleh karena itu, pelaku usaha harus dapat memberikan citra baik ataupun persepsi yang baik kepada calon konsumen, baik dari segi kualitas produk hingga promosi yang dilakukan.¹⁰

Dimulai dari kualitas pada produk yang dijual, pelaku usaha harus memikirkan cara untuk memastikan agar produk yang dipasarkan memiliki kualitas yang baik sehingga dapat memberikan manfaat yang maksimal agar dapat dirasakan oleh pengguna. Menurut Philip Kotler, Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk mendapat perhatian, diminta, digunakan, ataupun dikonsumsi guna memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Produk dapat berupa benda fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, atau sebuah ide.¹¹ Kualitas produk sangat penting diterapkan oleh setiap bisnis untuk dapat bersaing dan memberikan kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan calon konsumen.¹² Selain kualitas produk, Harga yang bersaing juga

⁹ Laili Nur Indahsari and May Roni, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi BE Kalirejo," *Margin: Jurnal Bisnis Islam dan Perbankan Syariah* 1 (2022): 57.

¹⁰ Rama Rachmawansyah, Muhammad Bambang, and Saeful Rohman, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Di Daerah Karawang," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 6 (March 2023): 469.

¹¹ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, Dan Kasus)*, Cetakan 1. (Yogyakarta: CAPS Penerbit, 2014), 69.

¹² W. R. Wijaya, C. C. Widayati, and D. H. Perkasa, "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Restoran ABC Di Pantai Indah Kapuk)," *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta* 1, no. 3 (2023): 85.

dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Amstrong, Harga adalah sejumlah uang yang dikenakan pada satu produk atau nilai yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari produk barang atau jasa tersebut.¹³ ketika menentukan keputusan pada pembelian, konsumen biasanya mencari produk atau jasa dengan kualitas baik namun dengan harga yang terjangkau. Begitu juga dalam memilih produk *bakery* di Toko Hakiky *Bakery*, konsumen menginginkan produk berkualitas tinggi tetapi dengan harga yang murah. Berikut ini adalah alasan konsumen melakukan pembelian berdasarkan hasil observasi terhadap 35 responden yang membeli di hakiky bakery:

Tabel 1.3
Faktor Keputusan pembelian di Toko Hakiky *Bakery* Tabanan

No	Faktor keputusan	Responden
1	Kualitas Produk	20
2	Harga Bersaing	12
3	Lokasi Strategis	1
4	Promosi Masif	2
Total Responden		35

Sumber data: hasil Observasi Diolah Peneliti pada 23 Desember 2024

Berdasarkan hasil data pada tabel 3 diatas yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner, menjelaskan bahwa dari 36 orang lebih memilih kualitas produk, 21 orang memilih harga, dan 5 orang memilih promosi. Sehingga dari hasil penyebaran kuesioner diatas dapat disimpulkan bahwa, kualitas produk

¹³ Hotnida Nainggolan, Dwi Hastuti, and Chandra Hendriyani, *MANAJEMEN PEMASARAN* (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), 122.

dan harga menjadi faktor penentu yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian di toko Hakiky *Bakery* Tabanan.

Kualitas produk merupakan salah satu aspek yang menunjukkan keunggulan suatu produk yang bertujuan untuk memenuhi harapan calon konsumen. Salah satu cara Toko Hakiky *Bakery* Tabanan dalam mempertahankan kualitas produknya yaitu dengan cara selalu melakukan *quality control* terhadap bahan yang digunakan seperti tepung, telur, serta bahan pendukung dalam membuat produk *bakery*. Oleh karena itu, toko Hakiky *Bakery* Tabanan ini dapat bertahan sampai saat ini. Selain itu, faktor harga juga menjadi penentu sebuah keputusan pembelian karena dengan kualitas produk yang baik dan memiliki harga yang terjangkau konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut.

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang diatas, kualitas produk dan Harga diduga mempengaruhi keputusan pembelian produk Hakiky *Bakery* Tabanan. Maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Hakiky *Bakery* Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Kualitas Produk yang ditawarkan di Hakiky *Bakery* Tabanan?
2. Bagaimana Harga yang ditawarkan di Hakiky *Bakery* Tabanan?

3. Bagaimana Keputusan Pembelian di Hakiky *Bakery* Tabanan?
4. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Hakiky *Bakery* Tabanan?
5. Bagaimana Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Hakiky *Bakery* Tabanan?
6. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Hakiky *Bakery* Tabanan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Kualitas Produk di Hakiky *Bakery* Tabanan
2. Untuk Mengetahui Harga di Hakiky *Bakery* Tabanan
3. Untuk Mengetahui Keputusan Pembelian di Hakiky *Bakery* Tabanan
4. Untuk Menganalisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Hakiky *Bakery* Tabanan
5. Untuk Menganalisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Hakiky *Bakery* Tabanan
6. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Hakiky *Bakery* Tabanan

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik kepada semua masyarakat baik secara teoritis maupun secara praktis.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tambahan dalam pengembangan ilmu pemasaran dengan memperkuat teori tentang pengaruh kualitas produk dan Harga terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan dan pengalaman dalam menganalisis pengaruh kualitas produk dan Harga terhadap keputusan pembelian, serta menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang pemasaran.

b. Bagi Pemilik Hakiky *Bakery*

Hasil penelitian ini diharapkan untuk dapat digunakan sebagai referensi untuk meningkatkan kualitas produk dan bersaing melalui harga dengan usaha bakery sebagai strategi pemasaran guna menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan.

c. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat, khususnya konsumen untuk memahami pentingnya kualitas produk dan Harga sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan suatu keputusan pembelian.

d. Bagi Lembaga Perguruan Tinggi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi akademik dibidang pemasaran dan perilaku konsumen, serta dapat

digunakan sebagai bahan ajar ataupun sumber inspirasi untuk penelitian selanjutnya.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah suatu jawaban bersifat sementara terhadap munculnya rumusan masalah dalam penelitian, dimana rumusan masalah tersebut disajikan dalam bentuk kalimat pertanyaan.¹⁴

1. H_a : Adanya Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Hakiky Bakery Tabanan.

H_0 : Tidak ada Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Hakiky Bakery Tabanan.

2. H_a : Adanya Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Hakiky Bakery Tabanan.

H_0 : Tidak ada Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Hakiky Bakery Tabanan.

3. H_a : Adanya Pengaruh Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Hakiky Bakery Tabanan.

H_0 : Tidak ada Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Hakiky Bakery Tabanan.

F. Telaah Pustaka

Telaah Pustaka yaitu kajian terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini. Peneliti menemukan beberapa penelitian

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi Edisi Ke-1* (Bandung: CV Alfabeta, 2019).

yang telah dilakukan dan yang memiliki kaitan dengan kualitas produk dan Harga dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

1. “Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mie Ayam Malioboro Cabang Ngronggo Kediri)” oleh Rizal Alvin Darmawan (2023) Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Kediri.¹⁵

Hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya hubungan kuat antara lokasi dan keputusan pembelian, dengan nilai uji korelasi pearson yaitu 0,675. Sementara itu, hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian juga tergolong kuat, dengan nilai uji korelasi pearson yaitu 0,660. Berdasarkan analisis dari korelasi pearson product moment, diperoleh nilai R yaitu 0,775. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi dan kualitas produk mempunyai hubungan yang signifikan terhadap keputusan dalam suatu pembelian Mie Ayam Malioboro Cabang Ngronggo Kediri. Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan hasil 78,054 dengan signifikansi 0,000. R^2 sebesar 0,511 menunjukkan bahwa variabel lokasi dan kualitas produk memberikan pengaruh sebesar 51% terhadap keputusan pembelian.

Adapun persamaan antara penelitian saat ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengambilan sampel melalui angket/kuesioner dengan menggunakan rumus Isaac dan Michael, serta sama sama menggunakan variabel kualitas produk (X_1) dan variabel (Y) yaitu keputusan pembelian.

¹⁵ Rizal Alvin Darmawan, “Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mie Ayam Malioboro Cabang Ngronggo Kediri)” (SKRIPSI S-1 IAIN KEDIRI, 2023).

Namun perbedaannya terletak pada variabel bebas, pada penelitian sebelumnya menggunakan lokasi sebagai variabel bebas namun pada penelitian ini menggunakan harga sebagai variabel bebas, serta perbedaan pada lokasi penelitian yang digunakan.

2. “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Warung Maakan Bakso Super Pak No Prambon Kabupaten Nganjuk” oleh Reza Wahyu Dwi Andika (2024) Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Kediri.¹⁶

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel kualitas produk dan variabel Keputusan Pembelian, yang ditunjukkan oleh nilai R yaitu 0,879. Nilai korelasi R yang mendekati angka 1 mengindikasikan bahwa Kualitas Produk memiliki hubungan kuat terhadap Keputusan Pembelian Di Bakso Super Pak No Nganjuk. Koefisien determinan atau R^2 sebesar 0,772 menunjukkan bahwa pengaruh variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian sebesar 77,2%.

Adapun persamaan dengan penelitian ini terletak pada penggunaan pendekatan kuantitatif dengan pengambilan sampel melalui angket/kuesioner, serta sama sama menggunakan variabel kualitas produk (X_1) dan variabel (Y) yaitu keputusan pembelian. Namun untuk perbedaannya terletak pada variabel bebas dimana peneliti sebelumnya

¹⁶ Reza Wahyu Dwi Andika, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Warung Makan Bakso Super Pak No Prambon Kabupaten Nganjuk)” (SKRIPSI S-1 IAIN KEDIRI, 2024).

menggunakan lokasi sebagai variabel bebas, namun pada penelitian saat ini menggunakan Harga, serta terdapat perbedaan pada lokasi penelitian.

3. “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Buket Snack Tahun 2022 (Studi Kasus Pada Toko Kado Unyu Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek)” oleh Arum Binarti (2023) Mahasiswi Institut Agama Islam Negeri Kediri.¹⁷

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan tabel yang dioutput dari aplikasi SPSS, nilai t yang diperoleh adalah t-hitung sebesar 20,021 dengan nilai signifikan 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 hal ini menyebabkan H_0 ditolak dan H_a diterima. sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa aada pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian buket snack di Toko Kado Unyu. Selanjutnya hasil dari uji F yang menunjukkan nilai F yaitu 19,488 dengan nilai signifikan yaitu 0,000. Disini peneliti dapat menyimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dan pada uji koefisien determinasi atau R^2 yaitu 0,553 atau 55,3%.

Adapun persamaan dengan penelitian saat ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan rumus isaac dan Michael serta sama sama menggunakan variabel Harga (X_1) dan variabel (Y) yaitu keputusan pembelian. Sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel bebas dimana dalam penelitian ini hanya menggunakan 1 variabel yaitu

¹⁷ Arum Binarti, “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Buket Snack Tahun 2022 (Studi Kasus Pada Toko Kado Unyu Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek)” (SKRIPSI S-1 IAIN KEDIRI, 2023).

harga, namun pada penelitian saat ini menggunakan Harga dan kualitas produk, dan lokasi penelitian.

4. “Analisis Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kuki Bakery” oleh Dhebi Dylan Hadianti (2021) mahasiswi Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta.¹⁸

Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil dari data kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini, yang dimana telah terbukti valid, reliabel, normal, bebas dari multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Hasil dari uji regresi linier berganda menghasilkan persamaan $Y = 3,920 + 0,150 X_1 + 0,179 X_2 + 0,381 X_3$ dengan nilai koefisien determinasi Adjusted R^2 yaitu 0,370 atau 37%. Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung yaitu 20,352 dimana hasil tersebut lebih besar dari F tabel sebesar 2,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen. Dan dari hasil uji t, diketahui nilai t hitung untuk $X_1=1,652$, untuk $X_2=2,066$ dan untuk $X_3=3,321$, sedangkan pada nilai t-tabel yaitu 1,984. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan harga memiliki pengaruh parsial terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel lokasi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Adapun persamaan dengan penelitian saat ini adalah sama-sama menggunakan metode kuantitatif dengan cara menyebarkan kuesioner

¹⁸ Dhebi Dylan Hadianti, “Analisis Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kuki Bakery” (SKRIPSI S-1 AMPTA, 2021).

kepada konsumen dengan perhitungan menggunakan skala likert, sama-sama menggunakan variabel Kualitas produk (X_1), Harga (X_2), dan variabel Keputusan Pembelian (Y). Sedangkan perbedaannya terdapat pada teknik pengumpulan data, variabel bebas yaitu lokasi, dan lokasi penelitian.

5. “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Syakila Bakery Kota Bengkulu” oleh Susan Susanti (2024) Mahasiswi Universitas Dehasen Bengkulu.¹⁹

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada uji regresi linear berganda menghasilkan persamaan $Y = 36,781 + -0,293 X_1 + 0,237 X_2 + 0,381 + 4,527$, yang artinya mengindikasikan adanya hubungan positif antara harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di toko syakila bakery kota bengkulu. Dalam pengujian untuk variabel harga (X_1) nilai t-hitung tercatat sebesar 4.011 yang dimana hasil tersebut lebih besar dari 1.655 dengan nilai signifikansi 0,00 lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak, sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Syakila Bakeri Kota Bengkulu. Selanjutnya hasil uji kualitas pelayanan (X_2) menunjukkan t-hitung sebesar 3,116 yang juga lebih besar dari 1,655 dengan nilai signifikan 0,000. Ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Terakhir untuk hasil uji kualitas produk (X_3) nilai t-hitung 5.231

¹⁹ Susan Susanti, “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Syakila Bakery Kota Bengkulu” (SKRIPSI S-1 UDB, 2024).

yang dimana hasil tersebut lebih besar dari 1.655 dan nilai signifikan 0,000 ini juga menunjukkan bahwa artinya H_a diterima dan H_o ditolak.

Adapun persamaan dengan penelitian saat ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner atau angket kepada konsumen, sama-sama menggunakan variabel Kualitas produk (X1), Harga (X2), dan variabel Keputusan Pembelian (Y). Sedangkan perbedaannya terdapat pada teknik pengumpulan data, variabel bebas yaitu Kualitas Pelayan, dan lokasi penelitian.