

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

UMKM ialah usaha mikro, kecil, dan menengah yang berperan sangat penting/vital dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi diberbagai Negara berkembang. Begitu juga di Indonesia yang sangat diharapkan dapat berperan aktif dalam pengembangan usaha. Hal ini dilakukan untuk terusdapat mengoptimalkan dalam penyerapan tenaga kerja yang semakin banyak, sehingga dapat mengatasi angka pengangguran yang tinggi. Selain itu, semakin tinggi angka pengangguran menyebabkan munculnya berbagai usaha kecil, tetapi terjadi persaingan usaha yang tidak sehat. Dengan kata lain, kebijakan pengembangan UMKM Indonesia biasanya dilihat secara tidak langsung sebagai kebijakan penciptaan lapangan kerja, kebijakan anti-kemiskinan, dan sebagai kebijakan redistribusi pendapatan¹.

Aspek pendorong UMKM agar dapat terus berkembang dan eksis didunia bisnis dalam lingkup masyarakat adalah menjaga kualitas dari produk yang dihasilkan.² Ketatnya persaingan membuat produsen berusaha sekuat tenaga untuk merebut konsumen. Seorang pengusaha dituntut untuk serba inovasi dan kreatif agar dapat mempertahankan kosumnenya. Seorang pengusaha haruslah terus mengenali perkembangan mode globalisasi pada

¹ Tambunan, T.H. Tulus, *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia Beberapa Isu Penting: Edisi Pertama* (Jakarta: Salemba Empat, 2002), hlm. 16

² Zimmerer, Thomas W, dkk. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil: Edisi Ke-5 Buku Satu* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), hlm. 39

tingkat produk dan harga. Maksudnya mengetahui kualitas suatu produk dapat menentukan suatu harga. Jika kualitas produk tersebut semakin baik maka harga semakin mahal. Jika kualitas produk biasa saja maka harga tersebut cenderung murah.

Pada saat ini banyaknya UMKM semakin akan meningkatkan persaingan dalam dunia usaha. Untuk menciptakan daya saing yang tinggi, kemahiran diperlukan dalam konsep kualitas dan konsep produk pemasaran. Menurut Tjiptono faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah (1) Produk (*Product*), (2) harga (*Price*), (3) lokasi (*Place/ Location*), (4) Promosi (*Promotion*).³ Dengan ini, konsumen akan lebih selektif dalam memilih kebutuhan barangnya, terutama dari segi kualitas. Oleh karena itu UMKM membutuhkan manajemen produksi yang tepat dan jelas, untuk menghasilkan produk yang berkualitas.

Persaingan bisnis juga menerapkan pemasaran strategi tepat dalam menguasai pasar. Penguasaan pasar adalah salah satu kegiatan utama pengusaha dalam menjaga hidup usahanya, laba semaksimal mungkin berkembang dan mendapatkan. Dengan memahami perilaku konsumen dalam memilih produk, alasan melakukan pembelian produk maka perusahaan dapat dapat memenuhi selera konsumen.

Menurut Kotler & Amstrong, keputusan pembelian merupakan proses pengambilan keputusan yang dimana pembeli aktual konsumen.⁴

Menurut Schiffman, Kanuk keputusan pembelian adalah pilihan memilih 2

³ Alfi Hidayati “Pengaruh Harga dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Jacket Hodie (Studi Pada Glory Outfit Blitar) ,” (Skripsi, IAIN Kediri, 2019), 8

⁴ Ibnu Syamsi, *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi*, (Jakarta: Bina Aksara, 2000). 34

atau lebih alternatif keputusan pembelian. Adapun tahap alternatif tersebut yaitu proses awal adalah pengenalan masalah, dilanjutkan proses pengumpulan data yang telah didapatkan, lalu membandingkan informasi produk yang diinginkan untuk dapatkan alternatif produk. Proses evaluasi alternatif, konsumen membuat keputusan atas produk yang diinginkan dari perbandingan produk lain. Apabila konsumen memiliki keputusan dalam pembelian maka akan melalui proses yang terakhir yaitu perilaku pasca pembelian, di tahap ini konsumen telah merasakan produk yang dipilihnya dan hal itu dapat mempengaruhi pada pembelian ulang atau tidaknya oleh konsumen.⁵

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen di pasar. Produk mencakup barang, jasa, pengalaman, events, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi dan ide.⁶ Dan variasi produk merupakan penciptaan produk-produk yang berbeda-beda baik dari segi ukuran kemasan, rasa, jenis dan lain-lain untuk memenuhi atau melengkapi kebutuhan dan keinginan konsumen secara luas.⁷

Sambel pecel termasuk salah satu resep nusantara berbahan kacang tanah yang di lengkapi aneka bahan tambahan seperti gula merah, cabai, asam daun jeruk dan lain-lain. Sambel pecel merupakan kuliner yang sangat populer di daerah karisidenan Kediri yang sangat di minati oleh masyarakat.

Banyak para produsen produk sambel pecel ini menjadi kan para pengusaha

⁵ Ibid., 38

⁶ Buchari Alma, *Manajemen pemasaran & pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 140.

⁷Kristianus Bungalolon, *Pengaruh Variasi dan Mutu Produk, Murahnya Harga, Desain Toko, serta Daya Tarik Promosi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen*, (Yogyakarta : 2010), 20-21.

untuk berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk untuk meraih laba dan menarik minat konsumen.

UMKM Bintang Mawar adalah sebuah usaha yang aktivitas kesehariannya membuat produk sambel pecel yang ada di daerah Kabupaten Nganjuk untuk dijadikan sebagai tempat dalam melakukan penelitian. UMKM Bintang Mawar ini beralamat di Jalan Panglima Sudirman RT.09 RW.03 Desa Bandung Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk dengan pemilik usaha bernama Ibu Kuntari Ati yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga. UMKM ini mulai berdiri tahun 2014 sampai sekarang.

Sambel pecel Bintang Mawar adalah usaha yang dimiliki oleh Ibu Kuntari yang awalnya hanya memproduksi dengan skala kecil dan hanya dititipkan di warung langganannya, tetapi seiring meningkatnya jumlah permintaan oleh konsumen akhirnya Ibu Kuntari memproduksi sambel pecel dengan skala besar dan berbagai varian kemasan atau ukuran pengemasan dengan harga yang terjangkau. Daerah Prambon sendiri sudah banyak usaha sambel pecel dengan ciri khas rasa yang ditawarkan. Salah satunya yaitu sambel pecel Bintang Mawar, yang memiliki cita rasa dengan 2 level kepedasan membuat ramainya konsumen di sambel pecel bintang menjadikan hal ini yang menarik untuk diteliti. Dengan berjalannya waktu, jumlah usaha sambel pecel di kawasan prambon terus bertambah. Berikut daftar pesaing di prambon:

Tabel 1.1
Daftar Nama Usaha Sambel Pecel

No	Nama Usaha Sambel Pecel	Alamat	Tahun
1.	Subur Jaya	Jl. Selepan	2014
2.	Karomah	Jl. Bandung	2015
3.	Bu Shinta	Jl. Srikaya	2016
4.	Pak Dhomo	Jl. Markhaban	2017
5.	Barokah Jaya	Jl. Masjid	2018
6.	Bintang Mawar	Jl. Panglima Sudirman	2014

Sumber : Hasil Observasi bulan Februari 2020

Dari beberapa usaha sambel pecel, peneliti mengambil 3 usaha sambel pecel yang telah berjalan sudah 5-7 tahun. Di Prambon terdapat usaha sambel pecel yang menawarkan produk dengan memperhatikan kualitas produk dan harga yang sesuai dengan harapan konsumen.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti pada 20 Februari 2020 diperoleh 3 usaha sambel pecel di Prambon, sebagai berikut:

Tabel 1.2
Perbedaan Usaha Sambel Pecel

No	Pembeda	Bintang Mawar	Karomah	Subur Jaya	
1.	Harga	50 Gram	2.000	2.000	2.000
		200 Gram	7.500	8.000	8.000
		325 Gram	12.000	13.000	13.000
		500 Gram	17.500	20.000	20.000
		1000 Gram	35.000	40.000	40.000
2.	Produk	Tekstur sambel	Lembek	Padat	Padat
			Coklat pekat	Coklat pucat	Coklat pucat
			Cepat larut di air	Lama larut di air	Lama larut di air

		Rasa	Pedas, sedang	Sedang	Sedang
			Gurih	Manis	Manis
		Aroma	Daun jeruk	Kencur	Kencur
		Penampilan	Rapat, kedap udara	Rapat, kedap udara	Rapat, kedap udara
Plastik, Cup, Mika dan Timba	Plastik dan Mika		Plastik dan Mika		
3.	Promosi		Mulut ke mulut, brosur, radio, banner, fb dan whatsapp	Mulut ke mulut, brosur, papan nama, fb dan whatsapp	Mulut ke mulut, banner, fb dan whatsapp
4.	Karyawan		6 orang	5 orang	5 orang
5.	Tempat	Bangunan usaha	Ada sendiri	Gabung dengan rumah pemilik	Gabung dengan rumah pemilik
		Parkiran	Depan rumah	Depan rumah	Depan rumah

Sumber : Hasil Observasi 2020

Berdasarkan data di atas diketahui terdapat perbedaan harga dan kualitas produk diantara 3 usaha sambel pecel tersebut. Perbedaan harga di sambel pecel bintang mawar dengan yang lainnya yaitu pada variasi kemasan memiliki kesesuaian harga. Menggunakan kemasan kedap udara, sehingga membuat sambel pecel bintang mawar yang dimana memiliki keunggulan dari tekstur, rasa, aroma, penampilan dan bertahan lama. Setiap pengemasan disesuaikan dengan kebutuhan konsumen jika untuk langsung dimakan kemasan memakai mika dan plastik, jika untuk dijual kembali di toko-toko memakai cup serta jika untuk pengiriman jauh memakai timba agar kualitasnya tetap terjaga tidak cepat basi.

Sejalan dengan kotler (*Marketing Mix*) bauran pemasaran yaitu alat pemasaran yang dipakai untuk pencapain suatu tujuan dari perusahaan. Diantaranya yaitu harga, produk, promosi dan lokasi. Sedangkan menurut Kotler keputusan pengambilan adalah tahapan atau proses konsumen benar-benar melakukan pembelian. Berikut ini alasan konsumen melakukan membeli sambel pecel di Bintang Mawar:

Tabel 1.4
Alasan Konsumen Membeli Produk di Bintang Mawar

No	Alasan Pembelian Produk	Jumlah
1	Lokasi	4
2.	Produk	10
3.	Harga	14
4.	Promosi	4
Total		32

Sumber : Hasil Observasi 2020

Berdasarkan data diatas, peneliti mengambil 32 responden dan mengelompokkan sesuai alasan para konsumen mengambil keputusan pembelian dalam suatu produk di sambel pecel Bintang Mawar. Peneliti mengisi angket yang berisi keunggulan-keunggulan produk yang ditawarkan diantaranya harga, produk, promosi dan lokasi produk. Hasil dari penelitian tersebut terdapat 4 responden berdasarkan promosi, 4 responden memilih berdasarkan lokasi penjualan, 10 responden yang tertarik melakukan pembelian karena kualitas produk, dan 14 responden yang membuat konsumen tertarik yaitu berdasarkan harga produk di sambel pecel Bintang Mawar dari 32 responden.

Sehingga dapat disimpulkan faktor paling tinggi yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian adalah harga dan

kualitas produk. Maka dari itu, peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAMBEL PECEL BINTANG MAWAR**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana harga sambel pecel di Bintang Mawar?
2. Bagaimana kualitas produk sambel pecel di Bintang Mawar?
3. Bagaimana keputusan pembelian sambel pecel pada konsumen Bintang Mawar?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sambel pecel di Bintang Mawar?
5. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sambel pecel di Bintang Mawar?
6. Bagaimana pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sambel pecel di Bintang Mawar?

C. Tujuan Penelitian

Dari paparan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang peneliti lakukan adalah mengetahui :

1. Mengetahui harga sambel pecel di Bintang Mawar.
2. Mengetahui kualitas produk sambel pecel di Bintang Mawar.
3. Mengetahui keputusan pembelian sambel pecel pada konsumen Bintang Mawar.

4. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sambel pecel di Bintang Mawar.
5. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sambel pecel di Bintang Mawar.
6. Mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sambel pecel di Bintang Mawar.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian yang peneliti lakukan di harapkan mempunyai beberapa manfaat yang dapat dirasakan oleh :

1. Bagi usaha UMKM

Bagi usaha UMKM diharapkan penelitian ini dapat memberikan saran sejauh mana efektifan harga, kualitas produk agar perusahaan dapat melakukan evaluasi dan memperbaikinya.

2. Bagi IAIN Kediri

Dari hasil penelitian ini di harapkan menambah ilmu kepustakaan dan di gunakan untuk tambahan refrensi penelitian sebelumnya tentang bauran pemasaran (4P).

3. Bagi Peneliti

Dari hasil penelitian ini semoga bisa di pakai sebagai sarana pengembangan diri dan sarana unruk memakai ilmu yang telah di dapat saat perkuliahan guna dipekerjaan nanti.

E. Hipotesis Penelitian

Dari kerangka pemikiran diatas dapat dirumuskan hipotesisnya sebagai berikut :

H01 : Tidak ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sambel pecel di Bintang Mawar.

Ha1 : Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sambel Pecel di Bintang Mawar.

H02 : Tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sambel pecel di Bintang Mawar.

Ha2 : Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sambel pecel di Bintang Mawar.

H03 : Tidak terdapat pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sambel pecel di Bintang Mawar.

Ha3 : Terdapat pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sambel pecel di Bintang Mawar.

F. Telaah Pustaka

Peneliti mencari karya lain yang bisa menjadi referensi dan pembandingan untuk penelitian ini. beberapa penelitian yang ditemukan yaitu:

1. Skripsi yang ditulis oleh Nur Zannah Harahap pada tahun 2018 yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Sedaap pada

Mahasiswa Asrama Putri Universitas Sumatera Utara”.⁸ Skripsi yang ditulis peneliti ini bertujuan untuk: (1) pengaruh kualitas produk, harga dan promosi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap pada Mahasiswa Asrama Putri Universitas Sumatera Utara. (2) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap pada Mahasiswa Asrama Putri Universitas Sumatera Utara. (3) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap pada Mahasiswa Asrama Putri Universitas Sumatera Utara. (4) pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap pada Mahasiswa Asrama Putri Universitas Sumatera Utara.

Peneliti menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan menyebarkan kuisioner ke pembeli Mie Sedaap dan diperoleh dari data-data (dokumen) yang berasal dari media cetak maupun sosial. Menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Persamaan penelitian di atas mempelajari dampak harga pada keputusan pembelian produk.

Sedangkan perbedaannya yaitu : (1) produk dari skripsi yang akan diteliti yaitu sambel pecel. Produk dari skripsi Nur Zannah Harahap yaitu Mie Sedaap. (2) lokasi dari skripsi yang akan diteliti yaitu konsumen sambel pecel Bintang

⁸ Nur Zannah Harahap, “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Sedaap Pada Mahasiswa Asrama Putri Universitas Sumatera Utara*” (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara Medan, 2018).

Mawar, sedangkan skripsi Nur Zannah Harahap yaitu di Mahasiswa Asrama Putri Universitas Sumatera Utara. (3) variabel yang diteliti untuk skripsi diatas yaitu pengaruh harga dan kualitas produk, sedangkan di skripsi milik Nur Zannah Harahap yaitu pengaruh tentang harga, kualitas produk dan promosi produknya.

2. Skripsi yang ditulis oleh Siti Rohana Alfiani pada tahun 2019 yang berjudul “ Pengaruh Desain Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Produk *Tuneeca* (Studi Kasus di Jameela *Moslem Style* Ponorogo).⁹ Skripsi yang di tulis peneliti itu bertujuan untuk mengetahui (1) Pengaruh desain produk terhadap minat beli konsumen produk *tuneeca* di *jameela moslem style* ponorogo, (2) pengaruh harga terhadap minat beli konsumen produk *tuneeca* di *jameela moslem style* ponorogo, (3) pengaruh promosi terhadap minat beli konsumen produk *tuneeca* di *jameela moslem style* ponorogo, (4) pengaruh desain produk, harga dan promosi terhadap minat beli konsumen produk *tuneeca* di *jameela moslem style* ponorgo.

Peneliti memakai pendekatan kuantitatif. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampelnya. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada responden

⁹ Siti Rohana Alfiani, “ *Pengaruh Desain Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Produk Tuneeca. (Studi Kasus di Jameela Moslem Style Ponorogo)*, (skripsi, DekanFakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Ponorogo, 2019).

yang pernah membeli *tuneeca* di *jameela moslem style* dan diperoleh dari data – data atau dokumen yang berasal dari media cetak maupun sosial. Teknik analisis datanya menggunakan analisis regresi linear berganda. Persamaan penelitian ini sama-sama fokus pada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian suatu produk.

Sedangkan perbedaan penelitian ini yaitu : (1) produk di skripsi ini, meneliti sambel pecel. Sedangkan produk dari skripsi Siti Rohana Alfiani yaitu *tuneeca*. (2) lokasi dari skripsi yang akan diteliti yaitu konsumen sambel pecel Bintang Mawar, skripsi Siti Rohana Alfiani yaitu di konsumen toko *jameela style* ponorogo. (3) variabel yang diteliti untuk skripsi diatas yaitu pengaruh harga dan kualitas produk, di skripsi milik Siti Rohana Alfiani yaitu pengaruh tentang desain produk, harga dan promosi produknya.

3. Skripsi yang ditulis oleh Agus Susanto pada tahun 2013 yang berjudul “Pengaruh Promosi, Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusann Pembelian Pada Batik Tulis Karangmlati Demak”.¹⁰ Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, harga dan inovasi produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian batik tulis Karangmlati Demak. Berdasarkan hasil beberapa penguji diketahui bahwa promosi,

¹⁰ Agus Susanto, “Pengaruh Promosi, Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusann Pembelian Pada Batik Tulis Karangmlati Demak”, (Dekan, Fakultas Ekonomi Universitas Semarang, 2013)

harga dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian batik tulis Karangmlati Demak. Persamaan penelitian sebelumnya dan penelitian saat ini variabel independen, yaitu harga dan variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Perbedaannya pada objek dan variabel bebas. Jika promosi, harga dan inovasi produk digunakan penelitian sebelumnya, penelitian saat ini memakai variabel kualitas produk dan harga.

4. Skripsi yang ditulis oleh Mochamad Bayu Al Fatih pada tahun 2019 yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* OPPO (Studi Kasus Pada Mahasiswa SI Fakultas Syari’ah Jurusan Ekonomi Syari’ah Angkatan 2016 IAIN Kediri)”.¹¹ Makalah peneliti guna mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO.

Peneliti menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *total sampling*. Pengumpulan data memakai kuisisioner yang disebar kepada responden membeli *smartphone* OPPO mahasiswa IAIN Kediri. Memakai teknik analisis korelasi dan regresi berganda. Persamaan penelitian diatas dengan ini yaitu sama-sama meneliti tentang pengaruh

¹¹ Mochamad Bayu Al Fatih, “*Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO*”. (Skripsi, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Kediri, 2019)

harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian suatu produk.

Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian diatas yaitu : (1) produk dari skripsi yang akan diteliti yaitu sambel pecel. Sedangkan produk dari skripsi Mochamad Bayu Al Fatih yaitu *smartphone* OPPO. (2) lokasi dari skripsi yang akan diteliti yaitu konsumen sambel pecel Bintang Mawar, sedangkan skripsi Mochamad Bayu Al Fatih yaitu di mahasiswa IAIN Kediri pengguna *smartphone* OPPO.

5. Skripsi yang ditulis oleh Dedi Nur Diansyah pada tahun 2017 yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas di Bandar Lampung”.¹² Skripsi yang ditulis peneliti bertujuan untuk: (1) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sepatu olahraga merek Adidas, (2) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk sepatu olahraga merek Adidas, (3) kualitas produk dan harga pada keputusan pembelian produk sepatu olahraga merek Adidas.

Peneliti memakai pendekatan kuantitatif. *Purposive sampling* adalah Teknik pengambilan sampelnya. Pengumpulan data menggunakan kuisisioner yang disebar ke responden pembeli sepatu merek Adidas. Persamaan penelitian diatas dengan ini

¹²Dedi Nurdiansyah, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas di Bandar Lampung” (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung, 2017).

yaitu sama–sama meneliti tentang pengaruh harga terhadap keputusan pembelian suatu produk.

Sedangkan perbedaan penelitian ini yaitu : (1) produk di skripsi yang diteliti yaitu sambel pecel. Sedangkan produk dari skripsi Dedi Nur Diansyah yaitu sepatu merek Adidas. (2) lokasi dari skripsi yang akan diteliti yaitu konsumen sambel pecel Bintang Mawar Prambon Nganjuk, sedangkan penelitian skripsi Dedi Nur Diansyah yaitu di Bandar Lampung. (3) variabel yang diteliti untuk skripsi diatas sama dengan skripsi milik Dedi Nur Diansyah yaitu pengaruh tentang harga dan kualitas produknya.