

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KUE KACANG
AYUKA DI DESA NGASEM KECAMATAN NGASEM
KABUPATEN BOJONEGORO**

SKRIPSI



Oleh :

NITA ZAHROTUL WANDA

NIM : 20010030

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI CENDEKIA
BOJONEGORO**

2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KUE KACANG
AYUKA DI DESA NGASEM KECAMATAN NGASEM
KABUPATEN BOJONEGORO**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
guna mencapai gelar sarjana Manajemen
Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia
Bojonegoro

Oleh :

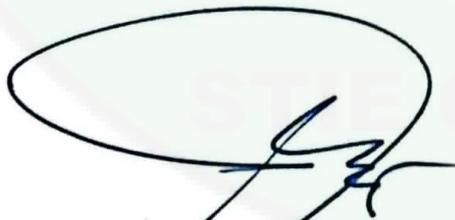
NITA ZAHROTUL WANDA

NIM. 20010030

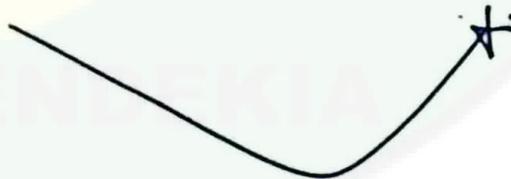
Menyetujui :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Dr. Suprpto, MM.
NIDK. 8930430021



Eka Adiputra, SE., M.SM.
NIDN. 0705018403

Dipertahankan di Depan Panitia Penguji Skripsi

Program Studi Manajemen

STIE CENDEKIA BOJONEGORO

Oleh :

Nama : Nita Zahrotul Wanda

NIM : 20010030

Disetujui dan diterima pada :

Hari, Tanggal : Rabu, 14 Agustus 2024

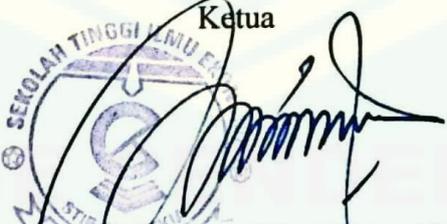
Tempat : Ruang G, STIE Cendekia Bojonegoro

Dewan Penguji Skripsi:

1. Ketua Penguji : Dr. Ari Kuntardina, ST., SE., MM. (.....)
2. Anggota Penguji : Latifah Anom, SE., MM. (.....)
3. Sekertaris Penguji : Eka Adiputra, SE., M.SM. (.....)

Disahkan oleh :

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro

Ketua

Nurul Mazidah, SE., MSA., Ak.

NIDN. 0705067503

MOTTO

Jangan takut bertemu kegagalan karena keberhasilan menunggumu dimasa depan

(Tan Malaka)

Kupersembahkan Untuk:

Diri saya sendiri yang telah berjuang untuk pencapaian yang luar biasa

menyelesaikan Pendidikan Sarjana Manajemen,

Kedua Orang Tuaku

Almarhum Bapakku Sukamto

Almarhum Kakakku Alifiya Febrianti

Guru-Guru dan Dosen-Dosenku

Almamamaterku STIEKIA

Kakek Sarmidi dan Nenek Kamidah

Suamiku Miftakhul Huda

Tante-Tanteku Tante Saroh dan Tante Lia

Sahabatku Alian Nadila dan Dian Utari

Teman-temanku dan yang lainnya

BIODATA SINGKAT PENULIS

Nama Lengkap : Nita Zahrotul Wanda
NIM : 20010030
Tempat, Tanggal Lahir : Bojonegoro, 20 April 2001
Agama : Islam
Pendidikan Sebelumnya : MA Abu Dzarrin
Nama Orang Tua/Wali : Alm. Sukamtto
Alamat Rumah : Ds Wadang Rt. 018
Rw. 006 Kec. Ngasem Kab Bojonegoro
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga
terhadap keputusan pembelian Kue
Kacang Ayuka

ABSTRAK

Wanda, Nita Zahrotul 2024. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kue Kacang Ayuka Di Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Bojonegoro. Drs. Suprpto, MM., selaku pembimbing satu, Eka Adiputra., SE, MM selaku dosen pembimbing dua.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga Dan Keputusan Pembelian

Di era persaingan bisnis yang sangat ketat ini, perusahaan harus mempunyai strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan minat pembelian pada konsumen. Konsumen selalu memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda. Konsumen akan memilih suatu produk atau jasa yang dapat menawarkan pemenuhan terhadap kebutuhan dan keinginan. Berdasarkan hal tersebut, perusahaan sebaiknya memproduksi barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk dan harga memiliki pengaruh dalam proses keputusan untuk pembelian Kue Kacang Ayuka di Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Bojonegoro. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan teknik penelitian asosiatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 58 responden. Adapun responden dalam penelitian ini adalah konsumen Kacang Ayuka di Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Bojonegoro. Penentuan teknik sampling menggunakan jenis Sampling Insidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti yang membeli Kue Kacang Ayuka. Teknik pengumpulan data dengan memberikan kuesioner berupa kertas. Dalam membuktikan dan menganalisis hal tersebut, maka digunakan analisis, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik: uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan pengujian hipotesis: uji regresi linier berganda dan uji parsial (t). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa, (1) Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Kue Kacang Ayuka. Jadi, semakin bagus kualitas produk maka akan semakin tinggi pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk Kue Kacang Ayuka. (2) Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Kue Kacang Ayuka. Jadi, semakin tinggi harga yang ditawarkan pada Kue Kacang Ayuka maka Keputusan Pembelian akan semakin rendah, karena sebagian konsumen memperhatikan harga yang ditawarkan.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nita Zahrotul Wanda

NIM : 20010030

Tempat, Tanggal Lahir : Bojonegoro, 20 April 2001

Program Studi : Manajemen

Institusi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sejujurnya bahwa skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kue Kacang Ayuka Di Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Bojonegoro” adalah asli hasil penelitian saya sendiri dan bukan hasil plagiasi hasil karya orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar dikemudian hari bahwa skripsi ini merupakan plagiasi dari hasil plagiasi orang lain, maka saya bersedia ijazah dan gelar Sarjana Manajemen yang saya terima di STIE Cendekia Bojonegoro ditinjau kembali.

Bojonegoro, 30 Juli 2024

Yang Menyatakan



Nita Zahrotul Wanda

20010030

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'alla dan sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SWA yang telah kesempatan kepada penulis untuk dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini disusun dengan tujuan untuk sebagaimana persyaratan guna meraih gelar (S.M) Program Studi Manajemen. Selain itu penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan bagi pembaca. Untuk itu, penulis ucapkan terima kasih dengan tulus kepada :

1. Ibu Nurul Mazidah, SE., MSA., Ak Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro.
2. Ibu Latifah Anom, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro.
3. Bapak Drs, Suprpto, MM. dan Bapak Eka Adiputra, SE., M.SM. selaku Dosen Pembimbing yang banyak memberikan petunjuk yang berguna dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Agus Wahyudhi beserta karyawan *Home Industry* kue kacang Ayuka yang telah mendukung dan memberikan izin penelitian dan penulisan skripsi ini.
5. Para Dosen, Karyawan, rekan-rekan, dan semua pihak yang telah memberikan berbagai bentuk bantuan dalam proses penelitian dan penulisan skripsi ini.

6. Kedua orang tuaku tercinta yang telah memberikan dorongan semangat dan bantuan lainnya yang sangat berarti bagi penulis.
7. Kakek dan Nenekku tercinta yang sudah mensupport aku selama dibangku kuliah ini.
8. Teman-Teman Manajemen angkatan 2020 yang sama-sama telah berjuang dibangku peruliahan ini.
9. Sahabat-Sahabati PMII Cendekia yang telah kebersamai saya selama dibangku peruliahan.
10. Juga pihak lain yang terkait dalam penulisan skripsi ini.

Kemudian sebagai hamba yang lemah, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari kelemahan dan kekurangan. Untuk itu penulis harapkan saran dan kritik dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua khususnya bagi peneliti sendiri

Bojonegoro, 18 Juni 2024

Penulis



NITA ZAHROTUL WANDA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
BIODATA SINGKAT PENULIS	v
ABSTRAK	vi
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah dan Cakupan Masalah	5
1. Identifikasi Masalah.....	5
2. Cakupan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR.....	9
A. Kajian Pustaka dan Deskripsi Teori.....	9
1. Kualitas Produk.....	9
a. Pengertian Kualitas Produk.....	9
b. Indikator Kualitas Produk	10
c. Faktor-faktor Kualitas Produk.....	12
2. Harga.....	12
a. Pengertian Harga.....	12
b. Dimensi Harga	13

c. Indikator Harga	14
3. Keputusan Pembelian.....	15
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	15
b. Indikator Keputusan Pembelian	16
c. Faktor-faktor Keputusan Pembelian	17
B. Kajian Empiris	18
C. Kerangka Berpikir.....	20
D. Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
A. Metode dan Teknik Penelitian	22
1. Metode Penelitian.....	22
2. Teknik Penelitian	22
B. Jenis dan Sumber Data.....	23
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	24
a. Populasi.....	24
b. Sampel	24
c. Teknik Sampling	25
D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data.....	27
E. Metode dan Teknik Analisis Data.....	28
1. Teknik Pengujian Instrumen	28
a. Uji Validitas	28
b. Uji Reabilitas.....	29
c. Uji Asumsi Klasik.....	29
2. Pengujian Hipotesis.....	31
a. Uji Linier Berganda.....	31
b. Uji Parsial (t).....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
A. Gambaran Objek Penelitian	34
1. Profil Singkat Home Industry Kue Kacang Ayuka.....	34
B. Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	37
1. Hasil Penelitian	37

a.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
b.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
c.	Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan.....	39
2.	Analisis Data	40
a.	Uji Instrumen	40
1.	Uji Validitas	40
2.	Uji Reabilitas.....	43
b.	Uji Asumsi Klasik.....	45
1.	Uji normalitas.....	45
2.	Uji Multikolinieritas.....	46
3.	Uji Heteroskedastisitas.....	47
c.	Uji Hipotesis.....	48
1.	Uji Analisis Linier Berganda	48
2.	Uji Parsial (t).....	49
C.	Pembahasan.....	51
	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
A.	Kesimpulan	57
B.	Saran.....	57
	Daftar Pustaka.....	59
	LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Penjualan Kue Kacang Ayuka	4
Tabel 2. Kajian Empiris	18
Tabel 3. Definisi Operasional	26
Tabel 4. Pemberian skor untuk jawaban kuesioner.....	28
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 7. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 8. Uji Validitas	41
Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk	43
Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Harga	43
Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	44
Tabel 12. Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 13. Hasil Uji Multikolonieritas	46
Tabel 14. Hasil Uji Heteroskedastisitas	47
Tabel 15. Hasil Analisis Regresi	48
Tabel 16. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Skema Kerangka Berfikir.....20



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era persaingan bisnis yang sangat ketat ini, perusahaan harus mempunyai strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan minat pembelian pada konsumen. Konsumen selalu memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda. Konsumen akan memilih suatu produk atau jasa yang dapat menawarkan pemenuhan terhadap kebutuhan dan keinginan. Berdasarkan hal tersebut, perusahaan sebaiknya memproduksi barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen Zahara dan Anwar, (2021).

Salah satu bisnis yang diminati dan menjadi perhatian masyarakat adalah bisnis dibidang makanan ringan. Perkembangan bisnis makanan ringan sangat pesat karena sebagian besar masyarakat mengkonsumsi produk tersebut sebagai pendamping konsumsi pokok. Namun disisi lain persaingan pada bisnis tersebut juga semakin tinggi. Oleh karena itu, pelaku bisnis harus memiliki keunggulan kompetitif tertentu supaya dapat menarik konsumen untuk mencoba dan kemudian melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kualitas produk dan harga produk Wicaksono, (2019).

Kualitas produk adalah suatu bentuk barang atau jasa yang diukur dalam standar mutu keandala, keistimewaan tambahan, fitur, kadar, cita rasa, serta fungsi kinerja dari suatu produk yang dapat memenuhi ekspektasi konsumen ataupun pelanggan Widiya et al., (2020) Konsumen sangat perhatian

terhadap kualitas produk yang akan dibeli, apakah produk tersebut memiliki kualitas yang baik atau tidak. Jika konsumen melihat dan merasakan manfaat dari kualitas suatu produk yang telah dikonsumsi sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen diperkirakan akan melakukan keputusan pembelian produk tersebut. Kotler (2011), menjelaskan kualitas produk memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan tersirat. Berdasarkan hasil penelitian dari Fatmawati & Sismanto, (2020), kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Selain mengutamakan kualitas produk, konsumen juga mempertimbangkan faktor harga produk dalam keputusan pembelian. Dalam bisnis, harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga produk akan menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk. Menurut Alma (2007), harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa. Konsumen akan membandingkan harga produk dari beberapa produsen sebelum melakukan keputusan pembelian. Apabila konsumen merasa harga suatu produk mahal pada suatu produsen maka mereka akan berpindah kepada produsen lain. Hal ini akan mendorong setiap produsen untuk menetapkan harga produk yang terjangkau oleh konsumen, tentunya berdasarkan biaya bahan baku dan keuntungan. Pada akhirnya, keadaan tersebut akan menyebabkan persaingan harga antar produsen. Rizky, (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan suatu konsep perilaku konsumen dalam memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu Lupiyoadi, (2008). Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan. Pemahaman perilaku konsumen sangat penting karena dapat dijadikan modal penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya.

Bisnis makanan ringan merupakan salah satu bisnis yang memiliki pangsa pangsa pasar yang besar. Perilaku konsumsi dan interaksi yang ada di masyarakat Indonesia menjadikan bisnis ini diperkirakan dapat terus bertahan. Kue kacang merupakan makanan ringan yang berasal dari kabupaten Jember, Jawa Timur. Kabupaten Bojonegoro memiliki banyak *home industry* yang memproduksi kue kacang. Salah satunya di Desa Ngasem, Kecamatan Ngasem yang diberi nama kue kacang Ayuka.

Kue kacang Ayuka merupakan salah satu usaha *home industry* yang tengah bersaing dipasar hingga saat ini. Usaha ini telah menjadi tempat favorit warga Kecamatan Ngasem khususnya di Desa Ngasem untuk sekedar mencoba dan membeli kue kacang ayuka. Usaha kue kacang Ayuka merupakan salah satu industri usaha makanan ringan yang telah mendapatkan izin dari Departemen Industri dan Tenaga Kerja serta Departemen Kesehatan. Kue Kacang Ayuka tetap konsisten dalam menjaga kualitas produk dan

mempertahankan produk dengan cita rasa yang khas dan fokus pada satu jenis makanan ringan yaitu Kue Kacang.

Dalam meningkatkan volume penjualan tentunya harus memiliki berbagai strategi yang dapat meningkatkan volume penjualan dan bersaing dengan *Home Industry* lainnya. Salah satu strategi untuk meningkatkan penjualan dengan cara ketika konsumen membeli produk kue kacang sebesar 50 pcs, produsen akan memberikan bonus atau tambahan kue kacang agar konsumen tertarik dan akan melakukan pembelian ulang. Berikut adalah data penjualan perbulan *Home Industry* Kue Kacang Ayuka Periode tahun 2023.

Tabel. 1
Data Penjualan Kue Kacang Ayuka
Periode 2023

NO	BULAN	TOTAL PENJUALAN (PCS)	HARGA	TOTAL
1	Januari	3000 pcs	Rp. 5000	Rp. 15.000.000
2	Februari	2.900 pcs	Rp. 5000	Rp. 14.500.000
3	Maret	6.200 pcs	Rp. 5000	Rp. 31.000.000
4	April	7.500 pcs	Rp. 5000	Rp. 37.500.000
5	Mei	5000 pcs	Rp. 5000	Rp. 25.000.000
6	Juni	6000 pcs	Rp. 5000	Rp. 30.000.000
7	Juli	6000 pcs	Rp. 5000	Rp. 30.000.000
8	Agustus	3.100 pcs	Rp. 5000	Rp. 15.500.000
9	September	3000 pcs	Rp. 5000	Rp. 15000.000
10	Oktober	2.400 pcs	Rp. 5000	Rp. 12.000.000
11	November	2.100 pcs	Rp. 5000	Rp. 10.500.000
12	Desember	3000 pcs	Rp. 5000	Rp. 15.000.000
		50.200 pcs		Rp. 251.000.000

Sumber data : Data penjualan Kue Kacang Ayuka

Berdasarkan data diatas, tingkat penjualan Kue Kacang Ayuka pada beberapa bulan mengalami kenaikan dan penurunan. Peneliti melakukan observasi di *Home Industry* Kue Kacang Ayuka tersebut, ternyata ditemukan beberapa faktor yang diperkirakan mempengaruhi tingkat penjualan. Faktor-faktor tersebut antara lain kualitas produk yang agak keras ketika dimakan, persaingan harga, dan kurangnya inovasi pada produk kue kacang. Hal ini diperkirakan akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada *home industry* Kue Kacang Ayuka. Peneliti melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kue Kacang Ayuka Di Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Bojonegoro”.

B. Identifikasi Masalah Dan Cakupan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang terjadi, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Kualitas produk Kue Kacang Ayuka yang agak keras ketika dimakan
- b. Persaingan harga dengan produsen lain
- c. Kurangnya mempertahankan kualitas bentuk dan rasa agar konsumen tidak beralih ke produk lain.
- d. Kurangnya inovasi produk kue kacang Ayuka untuk menarik minat konsumen.
- e. Kue kacang Ayuka memiliki syarat atau ketentuan untuk mendapatkan potongan harga.

2. Cakupan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka cakupan masalah dalam penelitian ini terkait pada kualitas produk dan harga kue kacang Ayuka karena kedua faktor tersebut diperkirakan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kue kacang Ayuka di Desa Ngasem, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Bojonegoro.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, identifikasi masalah, dan cakupan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kue Kacang Ayuka di Desa Ngasem, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Bojonegoro?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kue Kacang Ayuka di Desa Ngasem, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Bojonegoro?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kue kacang Ayuka di Desa Ngasem, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Bojonegoro.

- b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kue kacang Ayuka di Desa Ngasem, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Bojonegoro.

2. Manfaat Penelitian

Kegunaan penelitian yang diharapkan dapat bermanfaat baik bagi peneliti maupun bagi pembaca. Diantaranya sebagai berikut :

1. Manfaat secara teoritis

Diharapkan dengan adanya hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan tambahan referensi khususnya dibidang jurusan ekonomi manajemen, serta dapat menambah dan memperbanyak ilmu pengetahuan tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian kue kacang Ayuka di Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Bojonegoro.

2. Manfaat secara praktis

Secara praktis diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat, sebagai berikut :

1. Bagi *Home Industry* Kue Kacang Ayuka

Diharapkan dengan adanya penelitian ini memberikan pengarahannya untuk membangun usahanya agar lebih maju dan berkembang serta dapat mengetahui permasalahannya yang ada, dilihat dari faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian pada kue kacang Ayuka di Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Bojonegoro.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan acuan untuk peneliti selanjutnya.

3. Bagi pembaca

Sebagai bahan kajian pembaca bagi para pembaca tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Kue Kacang Ayuka di Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Bojonegoro.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Pustaka dan Deskripsi Teori

1. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk mengacu pada kondisi fisik, fungsionalitas, dan kualitas suatu produk, baik barang atau jasa, berdasarkan tingkat kualitas yang diharapkan seperti daya tahan, keandalan, keakuratan, kemudahan penggunaan, perbaikan produk, dan atribut produk lainnya suatu karakteristik dan dimaksudkan untuk dipenuhi. Kebutuhan konsumen dan pelanggan. Kualitas produk menjadi salah satu kunci persaingan antar pelaku ekonomi yang ditawarkan kepada konsumen.

Yunita, (2021) menyatakan bahwa kualitas produk adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Gunawan, (2022) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan pelanggan. Keinginan pelanggan tersebut diantaranya keawetan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian serta atribut bernilai lainnya.

Menurut Kotler dan Kettler, (2016) kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya termasuk didalamnya keawetan, keandalan, ketetapan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai lainnya. Menurut Rahman (2018:26) Kualitas produk adalah kekuatan dari sebuah produk terhadap fungsinya, adapun yang meliputinya adalah keterampilan, ketahanan, ketelitian, kemudahan, operasi, peningkatan produk, serta atribut bernilai lainnya.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah keseluruhan ciri, karakteristik dan spesifikasi yang dimiliki suatu barang atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Konsumen akan lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

b. Indikator Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki indikator yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik dari suatu produk. Menurut Fandy Tjiptono, (2016) kualitas produk memiliki delapan indikator sebagai berikut :

1. *Performance* (Kinerja) merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli.
2. *Features* (fitur atau ciri-ciri tambahan) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap
3. *Reliability* (kehandalan) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4. *Confermance to specificatoins* (kesesuaian dengan spesifikasi) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. *Durability* (daya tahan) yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.
6. *Serviceability* (kemampuan melayani) meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi serta penanganan keluhan secara memuaskan.
7. *Esthetichs* (Estetika) yaitu daya tarik produk terhadap panca indera
8. *Percieved Quality* (kualitas yang dipersepsikan), yaitu cita dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Kualitas merupakan sesuatu penilaian oleh pelanggan. Kualitas didasarkan pada pengalaman pelanggan terhadap produk dan jasa yang di ukur berdasarkan persyaratan pelanggan tersebut.

ada 9 faktor yang mempengaruhi kualitas produk yang biasanya dikenal dengan 9M, yaitu Assauri, (2015) :

- a. *Market* (Pasar)
- b. *Money* (Uang)
- c. *Management* (Manajemen)
- d. *Motivasion* (Motifasi)
- e. *Men* (Manusia)
- f. *Material, Machine and mechanization* (Bahan, mesin dan mekanisasi)
- g. *Modern Information Method* (Metode informasi moderen)
- h. *Mounting Product Requirment* (Persyaratan proses produksi)

2. Harga

a. Pengertian Harga

Harga adalah nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain sebagai imbalan atas manfaat dan imbalan yang diterima seseorang atau kelompok dari suatu barang atau jasa pada

waktu dan tempat tertentu. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa.

Menurut Daryanto (2013:62) harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang di pertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk. Menurut Alma (2004:169) harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:314) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan pendapat beberapa para ahli diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa, harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk yang ditukar konsumen atas keunggulan yang dimiliki suatu produk.

b. Dimensi Harga

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Indrasari (2019:45),

Dimensi harga ada dua yaitu :

1. Harga yang dipersepsikan

Persepsi pelanggan terhadap harga yang diterima, apakah tinggi, rendah atau adil

2. Harga yang direferensikan

Referensi dari pelanggan sebagai dasar perbandingan untuk menilai harga yang ditawarkan.

c. Indikator Harga

Menurut Tjiptono, (2017) ada empat indikator-indikator harga yaitu:

1. Keterjangkauan Harga

Konsumen dapat mencapai harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Ada beberapa jenis produk dalam satu merek dan harganya juga berbeda dengan harga termurah sehingga yang termahal. Dengan harga tetap, banyak konsumen yang membeli produk tersebut.

2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas

Harga sering digunakan sebagai indikator kualitas karena konsumen sering memilih harga yang lebih tinggi di antara dua barang karena perbedaan kualitas. Jika harga lebih tinggi orang cenderung berpikir bahwa kualitasnya juga lebih baik.

3. Daya Saing Harga

Konsumen sering membandingkan harga satu produk dengan produk lain

4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat

Konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan apa yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasa

manfaat produk lebih sedikit daripada uang yang dikeluarkan, konsumen akan berpikir bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

3. Keputusan Pembelian

a. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah suatu proses dimana seseorang konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan dari pertimbangan tertentu dalam pembeliannya.

Menurut Fahmi (2016:57) keputusan pembelian merupakan tindakan konsumen dalam memutuskan sebuah produk yang dianggap menjadi solusi dari kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut. Tjiptono (2020:21) mendefinisikan bahwa kualitas produk adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

Dari beberapa pendapat para ahli tersebut maka dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu tindakan konsumen ,memilih suatu pembelian barang atau jasa yang telah diseleksi dengan baik dan sesuai dengan keinginan konsumen untuk

memenuhi suatu kebutuhannya, maka akan terjadilah suatu keputusan dalam pembelian tersebut.

b. Indikator keputusan pembelian

Menurut Kotler dan Kettler, (2016) terdapat indikator dari keputusan pembelian yaitu:

1. Pilihan Produk

Konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain.

2. Pilihan Merek

Konsumen memutuskan merek mana yang akan dibeli dari beberapa merek alternatif yang ada. Dalam hal ini ,perusahaan harus mengetahui dan memahami bagaimana berperilaku.

3. Pilihan Waktu

Keputusan konsumen dapat memutuskan kapan akan membeli masing-masing berbeda.

4. Cara Pembayaran

Cara pembayaran dipilih oleh konsumen sesuai dengan situasi mereka sendiri dengan cara masing-masing.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian

Menurut Handyanto Widjojo, (2017) konsumen dalam proses pengambilan keputusannya dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu :

1. Faktor Internal

Pengaruh faktor internal dan faktor pribadi (persepsi, motivasi, belajar, sikap, kepribadian, usia, gaya hidup).

2. Faktor Eksternal

Terdapat 5 hal yang berpengaruh secara eksternal terhadap keputusan pembelian yaitu: (sub budaya, kelas sosial, kelompok-kelompok, pemimpin pendapat/panutan, peran gender.

3. Faktor Situsional

Situsional dapat dipandang sebagai pengaruh yang timbul dari faktor yang khusus untuk waktu dan tempat yang spesifik yang lepas dari karakteristik konsumen meliputi lingkungan fisik dan waktu.

B. Kajian Empiris

Tabel berikut menjelaskan tentang kajian empiris yang berhubungan dengan topik dalam penelitian ini

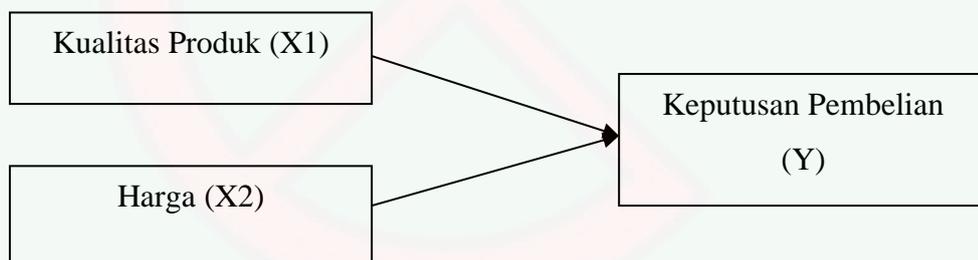
Tabel. 2
Kajian Empiris

No	Nama Peneliti dan judul penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	(Jaya & Jaya, 2023) Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Terang Bulan Mas Iping di Sidoarjo	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif	Variabel kualitas produk, citra merek dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada terang bulan mas iping di sidoarjo	Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti kualitas produk dan harga	Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu terdapat variabel citra merek sedangkan penelitian ini terdapat variabel kualitas produk dan harga saja. Penelitian terdahulu objeknya di terang bulan mas iping sidoarjo penelitian ini di kue kacang ayuka desa ngasem
2.	(Rivaldy, 2021) Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi Pada Mahasiswa D4 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang)	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif	Variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara persial maupun signifikan terhadap keputusan pembelian pada laptop asus	Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti kualitas produk dan harga	Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu objeknya pada laptop asus studi pada mahasiswa D4 manajemen pemasaran politeknik negeri malang sedangkan penelitian ini di kue kacang ayuka desa ngasem
3.	(Dwiputra, 2023) Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan	Metode yang digunakan dalam	Variabel Harga dan Kualitas produk berpengaruh	Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-	Perbedaan dengan penelitian ini adalah peneliti terdahulu objeknya

	pembelian sosis kenzler dikota sampit	penelitian ini adalah Kuantatif	signifikan dalam membentuk keputusan pembelian sosis kenzler dikota sampit	sama meneliti kualitas produk dan harga.	di sosis kenzler dikota sampit sedangkan penelitian ini di kue kacang ayuka desa ngasem
4.	(Sejati, 2016) Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif	Variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada starbucks	Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti kualitas produk dan harga.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah peneliti terdahulu terdapat variabel kualitas pelayanan sedangkan penelitian ini terdapat variabel kualitas produk dan harga saja. Penelitian terdahulu objeknya di starbucks sedangkan penelitian ini di kue kacang ayuka didesa ngasem.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir biasanya juga disebut kerangka konseptual. Kerangka berfikir merupakan uraian atau pernyataan mengenai kerangka konsep pemecah masalah yang telah diidentifikasi atau dirumuskan. Kerangka berfikir dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel independent dan variabel dependent. Dengan variabel independennya disini menggunakan kualitas produk dan harga sedangkan variabel dependennya menggunakan keputusan pembelian. Kerangka pemikiran ini digunakan untuk memudahkan jalan pemikiran terhadap permasalahan yang sedang diteliti.



Gambar 1. Skema Kerangka Berfikir

Dari skema kerangka berpikir diatas, terlihat bahwa terdapat tiga variabel, yaitu :

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya dan timbulnya variabel dependen. Pada umumnya variabel independen memiliki simbol huruf "X". Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) .

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel Dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Pada umumnya variabel dependen memiliki simbol huruf “Y”. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.

Berdasarkan dari rumusan masalah yang sudah di kemukakan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H₁ : Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian

kue kacang Ayuka di desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten
Bojonegoro

H₂ : Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian

kue kacang Ayuka di desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten
Bojonegoro

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode dan Teknik Penelitian

1. Metode Penelitian

Menurut Priyono, (2016) metode penelitian adalah cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan menurut Sugiyono, (2009) metode penelitian merupakan suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Jenis metode dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Menurut Sugiyono, (2018) berpendapat bahwa pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dan pengambilan sampel secara random dengan pengumpulan data menggunakan instrumen, analisis data bersifat statistik.

2. Teknik Penelitian

Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Menurut Sugiono, (2014:55) penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, mencari peranan, pengaruh, dan hubungan yang bersifat sebab akibat, yaitu antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Adapun variabel yang dihubungkan dalam

penelitian ini adalah variabel yang terdiri dari variabel kualitas produk (X1), harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).

B. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data primer yang merupakan data atau informasi yang dikumpulkan secara langsung dari sumber utamanya seperti melalui, wawancara langsung ke objek penelitian atau responden. Untuk mendapatkan data tersebut peneliti menyebarkan kuesioner ke responden yang pernah beli kue kacang ayuka didesa ngasem.

Menurut Riadi, (2016:48) Sumber Data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data yaitu melalui angket (kuesioner) sebagai penelitian. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini ada dua jenis yaitu :

a. Data Primer

Menurut Umar (2013:42) Data Primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara dan pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini yang diperoleh dari hasil jawaban penyebaran kuesioner kepada rkue Kacang Ayuka di Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Bojonegoro.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono, (2019:195) Data Sekunder merupakan data yang secara tidak langsung untuk dikirimkan kepada pengumpul data, dalam arti melalui media dokumentasi sejarah perusahaan dan data yang membeli Kue Kacang Ayuka di Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Bojonegoro.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

a. Populasi

Menurut Suhermini Arikunto, (2013) Populasi adalah keseluruhan dari kesimpulan subjek penelitian. Sedangkan menurut Sugiyono (2018:80) menyatakan, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 138 yang didapatkan dari rata-rata jumlah konsumen perbulan yang sudah membeli atau memesan Kue Kacang Ayuka data ini diperoleh dari pemilik *Home industry* Kue Kacang Ayuka di Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Bojonegoro.

b. Sampel

Menurut Arikunto S, (2019) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang akan diteliti. Menurut Sugiono (2016:118) sampel ialah

bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dari penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah membeli Kue Kacang Ayuka di Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Bojonegoro.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yang akan berhubungan dengan penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin. Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020,12-13) Rumus Slovin dapat dirumuskan, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N,(e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Total populasi

e = Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel

Maka :

$$n = \frac{138}{1+138,(0.1)^2}$$

$$n = 57,9$$

Dari perhitungan diatas, maka besar sampel pada penelitian sebanyak 58 Responden.

c. Teknik Sampling

Dalam pengambilam sampel peneliti menggunakan teknik sampling insidental atau accidental sampling. Menurut Sugiyono

(2016:124) menyatakan bahwa teknik sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja konsumen yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data n = 58 Responden

Tabel. 3
Definisi Operasional

No	Variabel	Indikator	Item pernyataan
1.	Kualitas Produk (X1)	1. Kinerja 2. Fitur atau ciri-ciri tambahan 3. Kehandalan 4. Keseuaian dengan spesifikasi 5. Daya tahan 6. Kemampuan melayani 7. Estetika 8. Kualitas yang dipersepsikan Fandy Tjiptono, (2016)	1. (1 , 2) 2. (3 , 4) 3. (5 , 6) 4. (7 , 8) 5. (9 , 10) 6. (11 , 12) 7. (13 , 14) 8. (15 , 16)
2.	Harga (X2)	1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian Harga 3. Daya Saing Harga 4. Kesesuaian Harga dengan manfaat Tjiptono, (2017)	1. (17 , 18) 2. (19 , 20) 3. (21 , 22) 4. (23 , 24)
3.	Keputusan Pembelian (Y)	1. Pilihan Produk 2. Pilihan Merek 3. Pilihan Waktu 4. Cara Pembayaran Kotler dan Ketller, (2016)	1. (25 , 26) 2. (27 , 28) 3. (29 , 30) 4. (31 , 32)

D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara yang dilakukan untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian. Metode dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2016:199) kuesioner merupakan pertanyaan yang diajukan pada responden harus dan tidak meragukan responden. Sedangkan menurut Sujarweni, (2015) kuesioner merupakan teknik pengumpulan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Tujuan dari penggunaan kuesioner dalam penelitian ini untuk mendapatkan informasi dan data yang berkaitan dengan penelitian.

Pengisian kuesioner ini dilakukan secara offline melalui penyebaran kuesioner ke konsumen. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert yang nantinya jawaban bertingkat mulai dari penilaian sangat tidak setuju sampai dengan penilaian sangat setuju. Dengan melakukan penyebaran kuesioner untuk mengukur persepsi responden menggunakan 5 angka penelitian, yaitu :

Tabel. 4
Pemberian skor untuk jawaban kuesioner

No	Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

E. Metode dan Teknik Analisis Data

Metode analisis data adalah salah satu kegiatan penelitian berupa proses penyusunan dan pengelolaan data guna menafsirkan data yang telah diperoleh. Menurut sugiyono (2017) Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Analisis data yang dilakukan adalah analisis kuantitatif yang dinyatakan angka-angka. Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik yaitu SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) Versi 25.0.

1. Teknik Pengujian Instrumen

a. Uji Validitas

Pada penelitian ini, Menurut Ghazali (2016) menjelaskan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang

akan diukur oleh kuesioner tersebut. Biasanya uji ini membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Nilai r hitung dapat dilihat pada hasil output SPSS sedangkan nilai r tabel dapat dilihat pada tabel dengan rumus $df = n - 2$ Ghozali (2013). Adapun kriteria pengujian validitas penelitian sebagai berikut :

- a. Apabila r hitung $>$ r tabel, maka data tersebut dinyatakan valid
- b. Apabila r hitung $<$ r tabel, maka data tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Uji Reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian dilakukan dengan mengukur korelasi antara jawaban pertanyaan dengan menggunakan nilai statistik cronbach's alpha dan dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbac's alpha $>$ 0,7 Ghozali (2012).

c. Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2018:167), uji asumsi klasik merupakan tahap awal yang digunakan sebelum analisis regresi linier berganda. Dilakukannya pengujian ini untuk dapat memberikan kepastian agar koefisien regresi memiliki ketetapan dalam estimasi. Ada beberapa pengujian asumsi klasik yaitu :

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan dependen berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal yaitu distribusi tidak menyimpang ke kiri atau kanan (kurva normal). Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan One Sample Kolmogorov Smirnov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 0,05 maka data terdistribusi normal. Sedangkan jika hasil One Sample Kolmogorov Smirnov menunjukkan nilai signifikan dibawah 0,05 maka data tidak terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018) Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakan model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen . Model regresi yang baik sebenarnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

Dasar pengambilan keputusan yang digunakan untuk menentukan multikolinieritas adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) > 10 dan nilai *tolerance* $< 0,1$, maka terjadi masalah multikolinieritas.

- b. Jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,1$, maka tidak terjadi masalah multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2018), mengatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heterokedasitas. Apabila nilai signifikannya $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas, begitupun sebaliknya.

2. Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis adalah data paling penting karena berperan untuk menjawab rumusan masalah penelitian dan membuktikan hipotesis penelitian.

a. Analisis Linier Berganda

Menurut Ating Soemantri dan Sambas Ali Muhidin, (2011), Analisis regresi berganda adalah alat untuk meramalkan pengaruh dua variabel bebas (X_1) dan (X_2) atau lebih terhadap satu variabel terikat (Y).

Model ini digunakan peneliti untuk mengetahui tentang kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) kue kacang ayuka desa ngasem kecamatan ngasem kabupaten bojonegoro.

Perumusan model analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + B_1 \cdot X_1 + B_2 \cdot X_2 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian Produk kue kacang ayuka

A = Konstanta

B1 = Koefisien Regresi Kualitas Produk

X1 = Kualitas Produk

B2 = Koefisien Regresi Harga

X2 = Penerapan Harga

e = Error (pengganggu)

b. Uji parsial (Uji t)

Menurut Ghozali, (2018) uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas atau variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian uji t dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS dengan kriteria penelitian sebagai berikut :

- a. Apabila besarnya probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H1 diterima.
- b. Apabila besarnya probabilitas signifikansi lebih besar dari 0,05 maka H1 ditolak

DAFTAR PUSTAKA

- Ababil, R., Muttaqien, F., & Nawangsih. (2019). Analisis Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Merek Senduro Coffee. *Journal Progress Conference*, 2(July), 572–581. <http://proceedings.itbwigalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/131/117>
- Arikunto S. (2019). *Prosedur Penelitian* (Jakarta :). Rineka Cipta.
- assauri, s. (2015). *manajemen produksi dan operasi* (depok). fakultas ekonomi universitas indonesia.
- Ating Soemantri dan Sambas Ali Muhidin. (2011). *aplikasi statistik dalam penelitian* (bandung). pustaka setia.
- Dwiputra, M. (2023). The Influence of Product Quality, Price and E-Wom on the Purchase Decision. *Syntax Idea*, 5(9), 1288–1297. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i9.2572>
- Fandy Tjiptono. (2016). *manajemen pemasaran*.
- Fatmawati, E., & Sismanto, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Syarah Bakery. *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)*e-ISSN 2723-424X, 1(1), 128–136.
- Ghozali. (2013). *Uji Validitas*.
- Gunawan. (2022). *MANAJEMEN BISNIS (BANDUNG)*. Alfabeta.
- Handyanto Widjojo. (2017). *Pemasaran dan Aplikasi di dunia pemasaran* (Jakarta). Prasetya Mulya Publishing.
- Imam Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Proses IBM SPSS 19 Edisi 5* (semarang :). Badan Pene.
- Jaya, A. D. J., & Jaya, A. D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan

- Harga Terhadap Keputusan Pembelian Terang Bulan Mas Iping di Sidoarjo. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 3(2), 1–11. <https://doi.org/10.47134/innovative.v3i2.16>
- Kotler dan Kettler. (2016a). *MANAJEMEN PEMASARAN* (YOGYAKARTA). CV.Diandra Primamitra Media.
- Kotler dan Kettler. (2016b). *Marketing dan Management* (edition 15). unites states.
- Listighfaroh, M. I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair Feira White Shower Cream Di Surabaya. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1–17. http://eprints.uwp.ac.id/id/eprint/1428/2/jurnalku_new.pdf
- Lupiyoadi, H. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa* (JAKARTA). EDISI 2, SALEMBA EMPAT.
- MRizky, A. (2020). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada warung makan prasmanan mbk erwin kecamatan grogol. *jurnal manajemen*
- Priyono, M. D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Surabaya). Zifatama Publishing.
- Rijal Faruqi. (2023). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Pada Produk KFC. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 8(2), 66–75. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v8i2.5320>
- Rivaldy, A.,(2021). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ASUS (Studi Pada Mahasiswa D4 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang). *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis* , 7, 37–40.
- Sejati, B. S. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* ISSN : 2461-0593, 5(3), 1–19.

<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/567/576>

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung :). Alfabeta.

Sugiyono, P. D. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung). Alfabeta.

Suhermini Arikunto. (2013). *prosedur penelitian suatu pendekatan* (Jakarta :). Rineka Cipta.

sujarweni. (2015). *METODOLOGI PENELITIAN* (yogyakarta). lengkap, praktis, dan mudah dipahami.

Tjiptono. (2017). *Manajemen Pemasaran* (Bandung). Alfabeta.

yunita. (2021). *Edupreneurship dari teori hingga praktik* (jawa barat). Rumah Cemerlang Indonesia.

Zahara dan Anwar. (2021). *pengantar ekonomi mikro* (MEDIA). SAINS INDONESIA.

Lampiran 1. Lembar Kuesioner Penelitian**KUESIONER PENELITIAN**

Kepada Yth,

Konsumen Kue Kacang Ayuka

di- Desa Ngasem Kecamatan Ngasem

Dengan Hormat,

Nama : Nita Zahrotul Wanda

Jurusan : Manajemen

Sekolah : STIE Cendekia Bojonegoro

Dengan ini saya sampaikan bahwa saya sedang menyusun skripsi sebagai salah satu untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro dan sedang mengadakan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KUE KACANG AYUKA DI DESA NGASEM KECAMATAN NGASEM KABUPATEN BOJONEGORO”**. Untuk penelitian tersebut, saya mohon bantuan dari saudara/saudari dengan memberikan jawaban melalui kuesioner ini dengan sebenar-benarnya berdasarkan apa yang saudara/saudari lakukan dan rasakan pada produk Kue Kacang Ayuka di Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Bojonegoro.

Demikian atas kerjasamanya yang diberikan saya ucapkan banyak terima kasih.

Hormat saya

Nita Zahrotul Wanda

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KUE KACANG AYUKA DI DESA NGASEM
KECAMATAN NGASEM KABUPATEN BOJONEGORO**

A. Identitas Responden

1. Nama Lengkap :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur :
4. Pekerjaan :
5. Alamat :

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Bacalah Pertanyaan dengan teliti
2. Jawablah pertanyaan dengan sejujur-jujurnya
3. Berilah tanda cheklist atau centang pada jawaban yang paling sesuai menurut pendapat anda

C. Keterangan Pilihan Dan Kriteria Jawaban

Skor jawaban adalah sebagai berikut:

No	Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5
A.	KUALITAS PRODUK					
a.	Kinerja (<i>Performance</i>)					
1.	Kue kacang ayuka memiliki rasa yang enak					
2.	Kue kacang ayuka menggunakan bahan yang berkualitas					
b.	Fitur (<i>features</i>)					
3.	Kue kacang ayuka dapat memiliki berbagai macam varian.					
4.	Kue kacang ayuka memiliki ciri khas rasa.					
c.	Kehandalan (<i>Reliability</i>)					
5.	Kue kacang ayuka lebih baik dibandingkan dengan produk kue kacang lainnya.					
6.	Kue kacang ayuka memiliki kemasan yang kuat.					
d.	Kesesuaian dengan Spesifikasi (<i>Conformance to Specification</i>)					
7.	Rasa kue kacang ayuka sesuai dengan keinginan saya.					
8.	Produk kue kacang ayuka memiliki berat isi sesuai dengan takaran.					
e.	Daya Tahan (<i>Durability</i>)					
9.	Kue kacang ayuka tidak mudah rusak.					
10.	Kue kacang ayuka dapat bertahan lebih lama.					
f.	Kemampuan Melayani (<i>Serviceability</i>)					
11.	Karyawan produk kue kacang ayuka memberikan pelayanan yang baik.					
12.	Karyawan produk kue kacang ayuka memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.					
g.	Estetika (<i>Esthetichs</i>)					
13.	Kemasan Kue kacang ayuka menarik.					
14.	Produk kue kacang ayuka mempunyai karakter bentuk desain yang bagus.					

h.	Kualitas yang dipersepsikan (<i>Percieved Quality</i>)					
15.	Produk kue kacang ayuka dapat diganti apabila terjadi kesalahan dalam pemesanan.					
16.	Jika terjadi kecacatan dalam produk kue kacang ayuka maka home industri akan bertanggung jawab.					
B.	HARGA					
a.	Keterjangkaun Harga					
17.	Harga produk kue kacang ayuka sangat terjangkau.					
18.	Harga produk kue kacang ayuka sesuai dengan daya beli masyarakat.					
b.	Kesesuaian Harga					
19.	Harga produk kue kacang ayuka sesuai dengan kualitas produknya.					
20.	Harga produk kue kacang ayuka yang ditawarkan sesuai dengan harapan saya.					
c.	Daya Saing Harga					
21.	Produk kue kacang ayuka memiliki harga yang bersaing dengan produk lainnya.					
22.	Produk kue kacang ayuka mampu bersaing dengan produk lainnya yang sejenis.					
d.	Kesesuaian Harga dengan Manfaat					
23.	Harga produk kue kacang ayuka sesuai dengan manfaat yang dirasakan.					
24.	Harga yang diberikan pada produk kue kacang ayuka sesuai dengan kualitas produknya.					
C.	KEPUTUSAN PEMBELIAN					
a.	PILIHAN PRODUK					
25.	Saya merasa senang melakukan pembelian produk kue kacang ayuka karena proses pembeliannya mudah didapatkan.					

26.	Proses dalam pembelian produk kue kacang ayuka sangat mudah didapatkannya.					
b.	PILIHAN MEREK					
27.	Merek kue kacang ayuka membuat konsumen yakin untuk melakukan keputusan pembelian.					
28.	Produk kue kacang ayuka mempunyai merek yang sudah banyak dikenal masyarakat.					
c.	PILIHAN WAKTU					
29.	Saya membeli kue kacang ayuka waktu ada potongan harga dan bonus pembelian					
30	Saya menentukan pembelian produk kue kacang ayuka sesuai waktu yang saya butuhkan					
d.	CARA PEMBAYARAN					
31.	Cara pembayaran produk kue kacang ayuka sangatlah mudah dan gampang					
32.	Setiap melakukan pembayaran saya langsung bayar cash menemui penjualnya.					

Lampiran 2. Tabulasi Data Umum Kuesioner Pada 58 Responden

**Tabulasi Data Umum Responden 58 Pada Responden Yang
Digunakan Dalam Penelitian Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga
Terhadap Keputusan Pembelian Kue Kacang Ayuka**

Di Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Bojonegoro.

NO	NAMA INISIAL	JENIS KELAMIN	UMUR	PEKERJAAN	ALAMAT
1.	K	Laki-Laki	≥ 41	Pedagang	Besaran
2.	T	Laki-Laki	≥ 41	Tani	Ngasem
3.	N	Perempuan	31-40	Guru	Penggik
4.	S	Perempuan	≥ 41	Ibu Rumah Tangga	Lengkong
5.	N	Perempuan	≥ 41	Petani	Lengkong
6.	A	Laki-Laki	21-30	Mahasiswa	Lengkong
7.	S	Laki-Laki	≥ 41	Petani	Cangaan
8.	Z	Laki-Laki	21-30	Wirausaha	Lengkong
9.	N	Perempuan	≥ 41	Wiraswasta	Besaran
10.	S	Perempuan	≥ 41	Tani	Ngasem
11.	S	Perempuan	≥ 41	Ibu Rumah Tangga	Cangaan
12.	J	Laki -Laki	≥ 41	Petani	Lengkong
13.	T	Perempuan	≥ 41	Tani	Lengkong
14.	A	Perempuan	21-30	Guru	Besaran
15.	S	Perempuan	31-40	Guru	Ngasem

16.	R	Perempuan	21-30	Mahasiswa	Wadang
17.	A	Perempuan	21-30	Swasta	Wadang
18.	M	Laki-Laki	21-30	Satpam	Ngasem
19.	T	Perempuan	≥ 41	Wiraswasta	Wadang
20.	L	Laki-Laki	31-40	Tani	Ngasem
21.	M	Laki-Laki	31-40	Perangkat Desa	Ngasem
22.	S	Perempuan	≥ 41	Ibu Rumah Tangga	Sendangharjo
23.	M	Laki-Laki	21-30	Mahasiswa	Ngantru
24.	A	Laki-Laki	21-30	Kurir	Ngasem
25.	R	Perempuan	≥ 41	Petani	Ngasem
26.	S	perempuan	≥ 41	Ibu Rumah Tangga	Ngasem
27.	N	Perempuan	21-30	Mahasiswi	Ngasem
28.	S	Perempuan	31-40	Menjaga Toko	Ngasem
29.	S	Laki-Laki	≥ 41	Kuli Bangunan	Ngasem
30.	M	Laki-Laki	31-40	Wiraswasta	Ngasem
31.	S	Laki-Laki	31-40	Petani	Bareng
32.	S	Perempuan	≥ 41	Ibu Rumah Tangga	Penggik
33.	M	Perempuan	≥ 41	Petani	Penggik
34.	Y	Perempuan	≥ 41	Ibu Rumah Tangga	Ngasem
35.	U	Perempuan	≥ 41	Ibu Rumah Tangga	Ngasem
36.	A	Perempuan	21-30	Mahasiswa	Ngadiluwih
37.	A	Perempuan	21-30	Mahasiswa	Sendangharjo

38.	P	Perempuan	≥ 41	Tani	Ngasem
39.	M	Perempuan	21-30	Guru	Penggik
40.	T	Laki-Laki	≥ 41	Petani	Ngasem
41.	D	Perempuan	≥ 41	Tani	Wadang
42.	M	Laki-Laki	21-30	Guru	Besaran
43.	K	Perempuan	≥ 41	Tani	Ngasem
44.	S	Laki-Laki	≥ 41	Petani	Wadang
45.	M	Laki-Laki	21-30	Wiraswasta	Ngasem
56.	D	Perempuan	21-30	Ibu Rumah Tangga	Ngasem
47.	S	Perempuan	≥ 41	Petani	Lengkong
48.	L	Perempuan	21-30	Ibu Rumah Tangga	Cangaan
49.	W	Perempuan	≥ 41	Ibu Rumah Tangga	Besaran
50.	M	Laki-Laki	≥ 41	Petani	Besaran
51.	M	Laki-Laki	≥ 41	Petani	Besaran
52.	S	Perempuan	≥ 41	Petani	Besaran
53.	M	Laki-Laki	31-40	Tani	Tengger
54.	L	Perempuan	31-40	Ibu Rumah Tangga	Tengger
55.	K	Perempuan	31-40	Ibu Rumah Tangga	Sambong
56.	H	Laki-Laki	31-40	Guru	Bareng
57.	K	Perempuan	31-40	Guru	Ngasem
58.	O	Laki-Laki	31-40	Petani	Sambong

Keterangan:

1. Jenis Kelamin	: Jumlah Responden	: 58 Orang (100%)
	: 1. Laki-Laki	: 23 Orang (39,6%)
	: 2. Perempuan	: 35 Orang (60,4%)
2. Usia	: Jumlah Responden	: 58 Orang (100%)
	: 21-30 Tahun	: 16 Orang (27,6%)
	: 31-40 Tahun	: 13 Orang (22,4%)
	: \geq 41 Tahun	: 29 Orang (50%)
3. Pekerjaan	: Jumlah Responden	: 58 Orang (100%)
	: Mahasiswa	: 6 Orang (10,3%)
	: Guru	: 7 Orang (12%)
	: Wiraswasta	: 6 Orang (10,3%)
	: Lainnya	: 39 Orang (67,2%)

Lampiran 3. Hasil Analisis Data Menggunakan SPSS Versi 25

A. Hasil Uji Instrumen

1. Hasil Uji Validitas

		VAR00002	VAR00003	VAR00004
Anti-image Covariance	VAR00002	.838	.259	.233
	VAR00003	.259	.901	-.015
	VAR00004	.233	-.015	.919
Anti-image Correlation	VAR00002	.529 ^a	.299	.266
	VAR00003	.299	.551 ^a	-.017
	VAR00004	.266	-.017	.563 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

2. Hasil Uji Realiabilitas Kualitas Produk

Cronbach's Alpha	N of Items
.728	16

3. Hasil Uji Reliabilitas Harga

Cronbach's Alpha	N of items
0.769	8

4. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.728	16

B. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		58
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.13841180
Most Extreme Differences	Absolute	.109
	Positive	.059
	Negative	-.109
Test Statistic		.109
Asymp. Sig. (2-tailed)		.085 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

2. Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	19.277	6.153		3.133	.003		
	KUALITAS PRODUK	.146	.071	.267	2.067	.043	.970	1.031
	HARGA	.158	.135	.151	1.171	.247	.970	1.031

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.556	8.549		-.065	.948
	KUALITAS PRODUK	.085	.098	.117	.866	.390
	HARGA	-.166	.188	-.119	-.883	.381

a. Dependent Variable: LN_RES

C. Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Analisis Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.277	6.153		3.133	.003
	KUALITAS PRODUK	.146	.071	.267	2.067	.043
	HARGA	.158	.135	.151	1.171	.247

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

2. Hasil Uji Persial (t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	19.277	6.153		3.133	.003
	KUALITAS PRODUK	.146	.071	.267	2.067	.043
	HARGA	.158	.135	.151	1.171	.247

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Lampiran 4. Hasil Distribusi Jawaban Responden

1. Hasil Distribusi Jawaban Responden Kualitas Pelayanan (X1)

Responden	Pernyataan																Total
	Kualitas produk																
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	
1.	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	3	3	5	5	67
2.	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	71
3.	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	71
4.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	65
5.	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	62
6.	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	3	5	4	5	5	5	65
7.	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	69
8.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	63

9.	4	3	4	5	4	4	5	3	4	5	3	4	4	4	5	5	66
10.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	78
11.	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	74
12.	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	70
13.	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	74
14.	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	70
15.	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66
16.	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	69
17.	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	70
18.	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	69
19.	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	73
20.	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	69
21.	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	74
22.	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	69

23.	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	5	67
24.	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	74
25.	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	77
26.	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	71
27.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	78
28.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	69
29.	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	70
30.	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	71
31.	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	73
32.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	63
33.	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	62
34.	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	70
35.	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	63
36.	4	4	3	4	3	4	4	5	3	3	4	3	5	5	4	3	61

37.	4	4	5	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	65
38.	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	70
39.	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	69
40.	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	71
41.	5	4	5	5	4	2	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	60
42.	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	66
43.	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	69
44.	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	72
45.	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	67
46.	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	69
47.	5	5	4	3	3	4	5	5	4	5	3	5	4	5	3	4	67
48.	5	4	3	4	4	4	3	4	5	5	4	3	4	4	3	4	63
49.	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	76
50.	4	5	4	5	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	67

51.	5	4	5	4	3	5	5	5	5	4	5	4	4	3	5	4	70
52.	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	5	69
53.	5	4	5	4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	3	5	4	68
54.	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	70
55.	5	4	5	4	3	4	3	4	5	4	4	5	4	5	5	4	68
56.	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	74
57.	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	74
58.	5	4	4	5	3	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	71

2. Hasil Distribusi Jawaban Harga

Responden	Pernyataan								Total
	Harga								
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	
1.	5	5	5	4	4	5	5	4	37
2.	5	4	4	4	5	4	4	5	35
3.	5	5	4	5	4	5	4	5	37
4.	4	5	5	5	5	5	5	5	39
5.	4	5	4	4	4	5	4	4	34
6.	5	4	4	5	4	5	5	5	37
7.	4	4	4	5	5	4	5	4	35
8.	4	3	4	3	3	4	4	4	29
9.	4	4	4	5	4	4	5	4	34

10.	4	5	4	5	4	5	5	4	36
11.	5	5	4	5	5	4	4	5	37
12.	5	4	4	5	4	4	4	5	35
13.	4	4	5	5	4	4	5	5	36
14.	5	5	4	4	4	4	5	5	36
15.	4	4	4	4	5	5	4	4	34
16.	5	4	4	5	4	5	4	4	35
17.	4	5	4	3	4	5	4	5	34
18.	4	4	5	5	4	4	5	4	35
19.	4	4	5	5	4	5	5	5	37
20.	5	5	5	5	5	5	4	4	38
21.	4	4	4	4	4	4	3	4	31
22.	5	4	4	5	5	4	4	5	36
23.	4	4	5	4	4	5	4	4	34

24.	4	4	5	5	4	5	4	4	35
25.	4	4	4	4	4	4	5	5	34
26.	5	5	5	5	4	4	4	4	36
27.	4	4	5	5	4	4	5	5	36
28.	4	4	5	5	5	4	4	4	35
29.	5	5	4	5	4	4	4	5	36
30.	4	4	5	4	4	5	4	5	35
31.	5	5	5	5	5	4	5	4	38
32.	4	4	4	4	4	4	3	4	31
33.	4	4	4	4	4	4	3	4	31
34.	4	4	5	5	4	5	4	4	35
35.	4	4	4	4	5	4	5	5	35
36.	4	4	5	4	4	4	5	4	34
37.	5	4	4	5	4	4	5	4	35

38.	5	5	4	4	4	4	4	4	34
39.	4	5	4	5	4	5	4	4	35
40.	5	5	5	5	4	4	5	5	38
41.	4	4	4	4	5	5	4	4	34
42.	4	4	4	4	5	4	5	5	35
43.	4	4	5	4	4	4	4	4	33
44.	5	4	4	5	5	4	4	5	36
45.	4	5	5	5	4	4	4	4	35
46.	4	4	4	4	5	4	4	4	33
47.	3	3	4	5	4	5	4	5	33
48.	5	4	4	5	5	4	4	5	36
49.	4	5	3	4	5	3	4	5	33
50.	4	3	4	5	4	5	3	5	33
51.	5	4	5	4	3	2	3	3	29

52.	5	4	4	5	4	5	5	4	36
53.	4	5	5	4	4	5	5	5	37
54.	4	5	3	4	3	4	3	4	30
55.	4	3	4	3	4	5	5	5	33
56.	4	5	3	4	3	5	4	5	33
57.	5	4	4	5	3	4	4	5	34
58.	3	3	3	4	4	5	5	4	31

3. Hasil Distribusi Jawaban Keputusan Pembelian

Responden	Pernyataan								Total
	Keputusan Pembelian								
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	
1.	5	5	5	4	4	5	4	5	37
2.	4	5	4	4	5	5	5	4	36
3.	4	4	5	4	4	5	4	4	34
4.	5	4	5	4	5	4	5	4	36
5.	4	4	5	4	4	4	5	4	34
6.	4	4	4	5	5	4	5	4	35
7.	4	4	4	4	4	4	5	4	33
8.	4	4	4	4	3	4	5	5	33
9.	5	5	5	4	4	4	4	4	35

10.	5	4	4	4	5	4	5	4	35
11.	4	5	4	4	4	4	5	4	34
12.	4	5	5	4	5	4	5	4	36
13.	4	4	5	4	5	5	4	5	36
14.	3	4	5	4	5	5	4	4	34
15.	5	4	4	4	5	5	4	5	36
16.	4	5	4	3	5	4	5	5	35
17.	5	5	4	5	4	4	5	5	37
18.	4	5	5	5	4	5	4	5	37
19.	5	5	4	5	4	4	5	5	37
20	4	5	4	5	4	4	5	5	36
21	4	5	5	5	5	5	5	5	39
22	5	4	4	4	5	4	4	5	35
23	5	4	4	4	5	4	5	4	35

24	5	5	4	4	5	5	4	4	36
25	5	5	4	4	4	4	5	5	36
26	4	4	4	4	4	4	5	5	34
27	4	5	5	3	5	5	4	5	36
28	5	5	4	5	4	4	5	5	37
29	5	5	5	5	4	4	5	5	38
30	4	4	5	4	5	4	4	5	35
31	4	4	5	4	4	5	4	5	35
32	4	4	3	4	3	4	4	4	30
33	4	4	4	4	3	4	4	4	31
34	4	4	4	4	3	4	4	4	31
35	4	4	4	4	5	5	4	4	34
36	4	4	4	5	3	4	5	5	34
37	4	4	5	5	4	5	4	4	35

38	4	5	5	5	5	4	4	4	36
39	4	4	4	4	5	4	4	4	33
40	4	4	5	5	4	4	4	4	34
41	4	3	4	4	3	3	4	4	29
42	4	4	4	4	4	4	4	5	33
43	4	4	4	4	4	5	4	5	34
44	4	4	5	5	5	5	5	5	38
45	4	4	4	4	5	4	4	4	33
46	4	4	4	5	5	4	4	4	34
47	4	4	5	4	5	4	4	4	34
48	4	5	4	5	5	5	5	5	38
49	5	5	4	5	5	4	5	5	38
50	5	5	4	5	5	4	5	5	38
51	5	4	5	5	4	5	4	5	37

52	3	5	4	5	5	4	5	4	35
53	3	5	5	4	4	5	4	5	35
54	3	5	4	5	5	4	5	4	35
55	5	4	5	4	4	5	5	4	36
56	3	5	4	5	4	5	5	4	35
57	4	4	3	4	3	3	3	4	28
58	3	4	3	4	4	4	4	4	30

**HOME INDUSTRY KUE KACANG AYUKA
DESA NGASEM KECAMATAN NGASEM
KABUPATEN BOJONEGORO**

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Bersama surat ini kami atas nama Home Industry Kue Kacang Ayuka Di Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Bojonegoro menerangkan bahwa.

Nama : Nita Zahrotul Wanda
Kampus : STIE CENDEKIA BOJONEGORO
NIM : 20010030
Program Studi : Manajemen

Telah melakukan Penelitian dari tanggal 11 s/d 20 Juli 2024 di PT/Instansi Home Industry Kue Kacang Ayuka dengan judul Penelitian PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KUE KACANG AYUKA DI DESA NGASEM KECAMATAN NGASEM KABUPATEN BOJONEGORO.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bojonegoro, 20 Juli 2024



Agus Wahyudhi

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nita Zahrotul Wanda
 NIM : 20010020
 Tahun Angkatan : 2020/2021
 Jurusan/Prodi : Manajemen
 Semester : VIII (Delapan)
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian kue kacang Ayuk Di Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Bojonegoro
 Dosen Pembimbing : 1. Drs. Suprpto, MM
 2. Eka Adiputro, SE., MM

REKOMENDASI

No.	Tanggal	Pembimbing 1	Paraf	Tanggal	Pembimbing 2	Paraf
1.	16/03/2024	Drs. Suprpto,		18-3-2024	Konsultasi Judul	
2.		Judul 1 Revisi		31-3-2024	Bimbingan Keenan	
3.	18/3	Pembahasan Judul		4-4-2024	Revisi Keenan	
4.	12/6	Bab 1, 2, 3 Revisi		16-5-2024	Bimbingan Revisi	
5.	12/6	Bab 1, 2, 3 Revisi		12-6-2024	Proposal Fix	
6.	14/6	Ace Semarang		10-7-2024	Bimbingan Keenan	
7.	6/8	Revisi		31-7-2024	Bimbingan bab 1-5	
8.	6/8	Revisi		2-8-2024	Revisi	
9.	10/8	Ace Ujia		5-8-2024	Revisi	
10.	10/8	Ace Ujia		6-8-2024	Fix	
11.						
12.						
13.						
14.						
15.						
16.						
17.						
18.						

Bojonegoro, 12 Agustus 2024
 STIE Cendekia Bojonegoro
 Ka. Prodi Manajemen

Anom
 Latifah Anom, SE., MM
 NIDN. 0702057305