

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI
TAWAR SARI ROTI DI KOTA BOGOR**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR
SARJANA MANAJEMEN**



**SITI NURMARISKA
NPM 19210071**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA
2025**

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Siti Nurmariska

NPM : 19210071

**Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga
Terhadap Keputusan Pembelian Roti Tawar
Sari Roti di Kota Bogor**

Disetujui:

Dosen Pembimbing

Mohammad Wartaka, S.Kom., M.M.

Mengetahui:

Ketua Prodi

Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI TAWAR SARI ROTI DI KOTA BOGOR

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian roti tawar merek Sari Roti di Kota Bogor. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 385 responden yang merupakan konsumen roti tawar Sari Roti di Kota Bogor. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, serta uji parsial (t) dan simultan (F) dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,216. Artinya, 21,6% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan harga, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti promosi dan preferensi merek.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUK QUALITY AND PRICE ON THE PURCHASE DECISION OF SARI ROTI WHITE BREAD IN BOGOR

This study aims to determine the effect of product quality and price on the purchase decision of Sari Roti brand white bread in Bogor City. The research method used is a quantitative approach with a causal associative research design. Data were collected through the distribution of questionnaires to 385 respondents who are consumers of Sari Roti white bread in Bogor City. Data analysis was conducted using validity, reliability, and classical assumption tests, as well as multiple linear regression analysis, partial (t-test), and simultaneous (F-test) tests with the help of the SPSS program. The results of the study show that product quality and price have a positive and significant effect on purchase decisions, with a significance value of $0.000 < 0.05$ and a coefficient of determination (R^2) of 0.216. This means that 21.6% of the variation in purchase decisions can be explained by product quality and price, while the remaining portion is influenced by other factors such as promotion and brand preference.

Keywords: *Product Quality, Price, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa dipanjatkan ke hadirat Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Roti Tawar Sari Roti”.

Penyusunan proposal ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materiel. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, S.E., M.Ak., selaku Wakil Rektor I.
3. Bapak Dedi Mulyadi, S.Si., M.Kom., selaku Wakil Rektor II.
4. Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.
5. Bapak M. Wartaka, S.Kom., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis sampai dengan selesainya proposal ini.
6. Staf Perpustakaan Universitas Binaniaga Indonesia; semoga perpustakaan semakin ramai, semakin banyak buku, serta semakin banyak mahasiswa yang menyempatkan diri untuk berkunjung ke perpustakaan.
7. Staf BAAK dan para dosen yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah mengajari penulis selama masa perkuliahan.
8. Orang tua tercinta atas doa, cinta, dan dukungan tanpa syarat yang menjadi pondasi utama dalam setiap langkah penulis.

9. Kakak penulis yang selalu hadir memberikan semangat dan tawa saat penulis membutuhkannya.
10. Sahabat-sahabat penulis yang telah menemani dan mendukung penulis melewati berbagai fase dalam pengerjaan skripsi.
11. Diri penulis sendiri yang telah berusaha keras, bertahan dalam berbagai tekanan, serta tidak menyerah meskipun dihadapkan pada tantangan dan keterbatasan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak.

Bogor, Maret 2025

Penulis

DAFTAR ISI

PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Batasan Masalah.....	12
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian	13
F. Manfaat Penelitian	13
G. Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
A. Keputusan Pembelian.....	17
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	17
2. Strategi Keputusan Pembelian	18
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	21
4. Indikator Keputusan Pembelian	26
B. Kualitas Produk.....	30
1. Pengertian Kualitas Produk.....	30
2. Strategi Kualitas Produk	32
3. Pentingnya Kualitas Produk.....	33
3. Indikator Kualitas Produk	35
C. Harga	38
1. Pengertian Harga.....	38

2. Manfaat Harga.....	39
3. Strategi Penetapan Harga	40
4. Tujuan Harga.....	42
5. Jenis–Jenis Harga	42
6. Indikator Harga	43
D. Penelitian Terdahulu	46
E. Kerangka Pemikiran.....	52
F. Hipotesis Penelitian.....	55
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	59
A. Metode Penelitian.....	59
1. Jenis Penelitian.....	59
2. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	59
B. Variabel dan Pengukurannya	59
1. Variabel Bebas (X) (<i>Independent Variable</i>)	60
2. Variabel Terikat (Y) (<i>Dependent Variable</i>)	60
3. Operasional Variabel.....	60
C. Populasi dan Sampel	65
1. Populasi	65
2. Sampel.....	66
D. Metode Pengumpulan Data	69
1. Data Primer	69
2. Data Sekunder	70
E. Instrumen Penelitian.....	71
F. Teknik Analisis Data.....	72
1. Uji Validitas dan Realibilitas	72
2. Uji Asumsi Klasik.....	75
3. Analisis Statistik Deskriptif	78
4. Uji Hipotesis	82
5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	84
6. Analisis Korelasi	85
7. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	86

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	88
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	88
1. Sejarah Singkat Perusahaan	88
B. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	89
1. Visi dan Misi PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk.....	90
2. Struktur Organisasi PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk	91
C. Uji Validitas dan Reliabilitas	92
D. Profil Responden	95
E. Uji Asumsi Klasik	98
F. Hasil Analisis Statistik Deskriptif	102
G. Uji Hipotesis.....	107
H. Analisis Regresi Linear Berganda.....	109
I. Analisis Korelasi	110
J. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	111
K. Pembahasan.....	111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	117
A. Kesimpulan	117
B. Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN.....	124

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Daftar Produk Sari Roti Beserta Ukuran dan Harga	3
Tabel 2 Penelitian Terdahulu	46
Tabel 3 Operasional Variabel.....	62
Tabel 4 Jumlah Populasi di Kota Bogor	67
Tabel 5 Skala Likert	72
Tabel 6 Tabel Crosstabs Arah Persentase dan Interpretasi ke bawah.....	80
Tabel 7 Pengukuran Skor	81
Tabel 8 Nilai Koefisien Korelasi.....	86
Tabel 9 Rentang Nilai Koefisien Determinasi	87
Tabel 10 Ringkasan Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	93
Tabel 11 Ringkasan Uji Validitas Variabel Harga (X2)	93
Tabel 12 Ringkasan Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	94
Tabel 13 Hasil Uji Reliabilitas	95
Tabel 14 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	96
Tabel 15 Responden Berdasarkan Domisili dan Frekuensi Membeli	97
Tabel 16 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov Smirnov Test	98
Tabel 17 Hasil Uji Linearitas (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	99
Tabel 18 Hasil Uji Linearitas (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	100
Tabel 19 Hasil Uji Multikolienaritas	100
Tabel 20 Statistik Deskriptif	102
Tabel 21 Penilaian Indikator Variabel Kualitas Produk (X ₁)	103
Tabel 22 Penilaian Indikator Variabel Harga (X ₂).....	104
Tabel 23 Penilaian Indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	106
Tabel 24 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	108
Tabel 25 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	108
Tabel 26 Hasil Uji Analisis Korelasi	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Jumlah Konsumsi Roti	2
Gambar 2 Grafik Penurunan Brand Awareness Sari Roti.....	4
Gambar 3 Kerangka Pemikiran Teoritis	55
Gambar 4 Struktur organisasi PT Nippon Indosari Corpindo Tbk	92
Gambar 5 Hasil Uji Heterokedastisitas	101

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabel Prasurvei Keputusan Pembelian Sari Roti di Kota Bogor.....	125
Lampiran 2 Tabel Prasurvei Kualitas Produk Sari Roti di Kota Bogor.....	125
Lampiran 3 Tabel Prasurvei Harga Sari Roti di Kota Bogor	125
Lampiran 4 Form Kuesioner Penelitian	126
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	134
Lampiran 6 Uji Reliabilitas	136
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik	137
Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif	139
Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis.....	139
Lampiran 10 Hasil Uji Analisis Korelasi	140
Lampiran 11 Distribusi nilai R Tabel Signifikansi 5%.....	141
Lampiran 12. Tabel Distribusi T dan R	142
Lampiran 13 Tabel Distribusi F	143
Lampiran 14 Tabel Tabulasi 30 Responden.....	144