

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia industri yang semakin pesat dewasa ini menyebabkan perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat. Terlebih dengan ditumbuhkannya adanya peluang bahwa manusia pada era ini tidak dapat memenuhi kebutuhannya sendiri dan lebih memilih untuk memenuhi kebutuhannya dengan cara yang instan. Selain hal tersebut, konsumen saat ini juga lebih selektif pada beberapa hal termasuk harga, kualitas produk. Sehingga peranan kualitas dan harga produk sangat besar bagi perkembangan perusahaan. Keadaan ini menuntut para pelaku usaha untuk mengembangkan produknya menjadi lebih berkualitas baik dari sisi produk itu sendiri maupun dari sisi harga.

Persaingan yang ketat didalam dunia bisnis terjadi pada berbagai bidang, termasuk bisnis kuliner. Kebutuhan akan makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar manusia yang wajib terpenuhi sehingga bisnis kuliner menjadi *trend* dikalangan masyarakat Indonesia. Beberapa tahun terakhir, jumlah bisnis kuliner di Indonesia terus bertambah dengan beragam variasi produk yang ditawarkan, hal ini dipengaruhi oleh terjadinya perubahan pola konsumsi dan perubahan gaya hidup konsumen Indonesia.

Dalam kondisi yang sudah dijelaskan diatas dimana persaingan usaha industri khususnya dibidang kuliner yang mana membuat pengusaha melakukan banyak inovasi dan kreasi membuat banyak varian produk yang

ditawarkan. Sehingga, konsumen mempunyai banyak pilihan dan akibatnya lebih bersifat selektif dalam memutuskan produk atau jasa apa yang akan dibelinya.

Dalam hal selektifnya konsumen dalam memutuskan pembelian produk, maka sangat strategis dan penting sekali bagi para pelaku usaha dalam meneliti keputusan konsumen agar dapat memutuskan untuk membeli produk nya secara terus-menerus.

Keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller , 2012:190 “keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli”. Pada pengambilan keputusan pembelian, banyak sekali faktor yang menjadi variabel konsumen untuk dipikirkan dan kemudian mengambil keputusan. Tetapi biasanya variabel tersebut bersifat umum seperti harga, kualitas produk, lokasi (jarak yang ditempuh, keadaan lokasi apakah nyaman dan bisa dijangkau, dan sebagainya), kualitas layanan baik pada saat konsumen akan membeli produk atau setelah membeli produk yang dalam hal ini misalkan bagaimana pelayanan jika ada *claim* dari konsumen.

Namun, yang perlu diketahui oleh para pelaku usaha adalah bahwasannya tidak semua orang memikirkan faktor-faktor keputusan pembelian yang sama. Satu dan yang lain mungkin mempunyai pertimbangan yang berbeda terkait bagaimana dia mengambil keputusan pembelian. Artinya konsumen mungkin saja hanya memikirkan satu variabel, dua variabel atau bahkan semua variabel dalam memutuskan apa

yang dibelinya. Sebagai contoh, untuk memutuskan membeli televisi bermerek LG satu orang dan lainnya mempunyai pertimbangan yang berbeda-beda. Yang pertama mungkin mempertimbangkan kualitas saja, tetapi harga adalah nomor sekian. Tetapi yang lainnya bisa jadi mempertimbangkan juga harga, lokasi dimana dia membeli apakah terlalu jauh atau tidak, dan bagaimana penjaminan kualitas setelah dilakukan pembelian. Sehingga, hal ini menuntut para pelaku usaha untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi faktor pembelian dan faktor apa yang dominan agar dapat menjadi pengetahuan sebagai data dari inovasi apa yang harus dilakukan. Sehingga para pelaku usaha akan mudah dalam menentukan strategi dan kebijakan yang efektif dalam bisnis usahanya.

Inovasi produk merupakan hal yang perlu mendapatkan perhatian utama dari sebuah perusahaan, karena mengingat inovasi produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen yang akan berdampak pada keputusan pembelian seorang konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan perusahaan. Sebagaimana dalam penelitian terdahulu mengatakan kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan menciptakan inovasi, inovasi harus diciptakan perusahaan karena inovasi adalah salah satu sumber pertumbuhan perusahaan. Inovasi produk adalah salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seorang pemasar dalam memasarkan suatu produk. (Putra & Ekawati, 2017:1676). Dengan adanya inovasi dapat meningkatkan nilai tambah suatu produk dimata konsumen, tingginya

inovasi baik itu inovasi proses maupun inovasi produk di suatu perusahaan akan secara otomatis menciptakan kualitas produknya.

Konsumen tentu mengharapkan produk yang dibelinya memiliki kualitas yang *excellent* dan sesuai dengan harapan agar dapat memuaskan mereka. Kepuasan tersebut dapat menjadi pertimbangan konsumen untuk melakukan pembelian ulang (*repeat order*). Dalam penelitian sebelumnya dikatakan bahwa kualitas produk merupakan fitur produk yang menunjukkan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen, baik psikologis dan fisik, sehingga menjadi elemen utama pada produk yang berinteraksi dengan konsumen secara langsung (Daniel & Augusty, 2017) Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen biasanya tertarik dengan makanan yang selain rasanya enak, juga memiliki tata penyajian yang menarik. Tata penyajian yang menarik diperhatikan mulai dari wadahnya seperti gelas/*cup*, kebersihannya, dan *toping* yang diberikan sebagai hiasan mempercantik penyajian. Kualitas dapat diartikan kemampuan dari produk untuk menjalankan fungsinya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan serta kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri- ciri lainnya (Kotler dan Amstrong, 2012:121).

Faktor harga juga tentunya merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membuat keputusan pembelian pada suatu bisnis. Konsumen menginginkan harga produk yang sesuai dengan kualitas

dari produk yang bersangkutan. Penetapan harga oleh pelaku bisnis harus disesuaikan dengan lingkungan dan perubahan yang terjadi. Hal tersebut akan mempengaruhi konsumen sebelum memutuskan pembelian karena konsumen akan mencari tahu harga dan akan memilih produk yang sesuai dengan kemampuan membelinya.

Sebuah keputusan pembelian konsumen, faktor kualitas produk dan harga merupakan faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin tinggi kualitas produk yang diberikan oleh sebuah restoran maka semakin tinggi pula terpenuhinya kebutuhan konsumen tetapi apabila terjadi kesenjangan antara kualitas produk yang diberikan oleh restoran dengan kebutuhan konsumen maka akan timbul masalah ketidakpuasan konsumen. Serta melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan mampu meningkatkan loyalitas konsumen dan bahkan dapat menjadikan konsumen menjadi konsumen yang setia pada restoran kita. Kualitas Produk dan harga yang lebih dekat untuk keputusan pembelian konsumen.

Secara umum saat ini konsumen lebih memilih produk yang berharga murah namun memiliki kualitas yang baik, oleh sebab itu dalam kondisi persaingan yang sangat tinggi, perusahaan harus mampu memahami dan mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumennya dan terus berinovasi untuk menciptakan positioning produknya dengan baik dan memanfaatkan keunggulan-keunggulan yang ada pada produk yang ditawarkan. Jadi apabila suatu perusahaan yang bergerak di bidang kuliner apabila gagal

memenuhi keinginan, selera konsumen akan sangat berpengaruh pada keputusan pembelian dan secara otomatis akan berpengaruh kepada pemasaran dan penjualannya.

Persepsi harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan, tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. Murah atau mahal nya persepsi harga suatu produk sangat relatif sifatnya. Untuk mengatakannya perlu terlebih dahulu dibandingkan dengan persepsi harga produk serupa yang diproduksi atau dijual perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama (Tjiptono, 2012) Selain faktor harga, faktor lainnya yang memiliki peranan yang tidak kalah penting dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap konsumen yaitu kualitas produk. Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil yang dalam hal ini disebut produk berkualitas, dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen.

B'Steak Grill and Pancake sendiri adalah restoran keluarga yang terfokus pada *Steak* dan *Pancake* yang berkonsep barat (*western*) yang telah ditetapkan untuk beberapa waktu. *B'steak grill and pancake* yang berlokasi strategis di Jakarta, Gading serpong – Tangerang dan Bogor. sejak gerai pertama mereka di area Greenville, Kebon Jeruk Jakarta Barat dan outlet kedua di Muara Karang, kemudian restoran ketiga berlokasi di Gading

Serpong dan menjadi restoran mereka yang terbesar sekaligus menjadi pusat kontrol bagi restoran lainnya. Menu yang disediakan pun bervariasi dan lebih dari 100 menu yang diantaranya adalah Steak, Pancake, Pasta dan banyak lagi dengan harga terjangkau.

Penemu dan pendiri *B'Steak Grill and Pancake* memulai usaha berawal dari kegemarannya akan makanan *steak*. Menurutnya pada saat itu belum banyak *steak* yang berkualitas namun terjangkau. Sehingga mendorongnya untuk memutuskan keluar dari pekerjaannya dan membuka usaha membuat restoran sendiri. Restoran *B'Steak Grill and Pancake* berkonsep pedesaan dengan interior yang di design senyaman mungkin. Hal ini dikarenakan penilaian penemu yang mana pada saat itu banyak interior restoran *steak* yang berbau asap sehingga pengunjung kurang merasa nyaman dan tidak betah berlama-lama di dalam.

Melihat pangsa pasarnya yang besar, maka *B'Steak Grill and Pancake* kembali melebarkan usahanya yang sebelumnya mempunyai 3 gerai kemudian menambah gerainya menjadi 4 gerai. Gerai baru tersebut berlokasi di Jl. Pajajaran Indah V No.45, Baranangsiang, Bogor Timur, Kota Bogor yang berlokasi dipusat kota yang sangat strategis untuk membuka usaha. Tempat yang ramai dan banyak dilewati oleh transportasi umum menjadikannya mudah untuk dijangkau dan ditemukan oleh konsumen. *B'Steak Grill & Pancake Bogor* menampilkan konsep yang unik dengan desain ruangan *eye catching*, terutama di malam minggu, *B'Steak Grill & Pancake Bogor* selalu ramai dikunjungi.

B'Steak Grill & Pancake Bogor menciptakan suasana yang sejuk, segar dengan di kelilingi tumbuhan yang hijau dengan menerapkan konsep arsitektur Rustic and *Go Nature*, dan terdapat spot bermain untuk anak-anak. Dengan konsep yang memang terbuka, kembali ke alam dengan suasana lingkungan yang di kelilingi tumbuhan akan lebih segar dan membuat para pengunjung lebih rileks. Resto ini memiliki banyak pilihan makanan mulai dari makanan German, Swiss, Mexico, Amerika, dan lain-lain. seperti: Louisiana Prime Ribs, Victorian Tenderloin, Ribeye *Steak*, dan masih banyak menu andalan lainnya. Soal menu makanan, *B'Steak Grill & Pancake* banyak menghadirkan menu yang didominasi oleh steak dan pancake, selain ada menu ikan, pasta dan menu anak-anak. Untuk menu minuman, tersedia beragam aneka minuman panas maupun dingin. Bahkan di restoran ini menyediakan makanan untuk anak-anak, seperti *Sausages & fries*, dan Favorite *cheese fries*. ikon favorit di tempat ini yaitu 15 varian rasa pancake, pancake yang favorit di restoran ini choco berry devils, dan nutella banana, baileys. Menurut pemiliknya, yang paling banyak di minati di *Steak dan Pancake*. Menu yang tersedia di bandrol mulai harga dari 26.000 sampai dengan 245.000.

Ramainya pengunjung *B'Steak Grill and Pancake* menarik untuk diteliti. Melihat banyaknya pesaing yang juga menjual produk yang sama yaitu *steak*. Di Kota Bogor sendiri, terdapat *steak shop* dengan keunggulan produknya masing-masing yang saling bersaing untuk meraih konsumen. Jumlah bisnis *steak shop* di daerah Kota Bogor juga terus bertambah seiring

dengan perkembangan waktu sehingga membuat persaingan menjadi semakin ketat dan menuntun para pelaku usaha atau perwakilannya (manajemen/organisasi usaha) untuk melakukan *improvement* terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan baik pra-jual dan pasca-jual. Berikut ini merupakan beberapa pesaing di Bogor.

Tabel 1
Daftar pesaing Restoran *Steak* di kota bogor.

| No | Nama | Alamat | Kisaran Harga (Rp) |
|----|---|---|--------------------|
| 1 | Rafflesia Lounge - Salak Heritage Hotel | Hotel Salak The Heritage, Jl. Ir H Juanda No. 8, Bogor Tengah | 450.000 |
| 2 | Kumalawangi-Royal Amarossa Hotel | Royal Amaroossa Hotel, Jl. Otto Iskandardinata No. 4, Bogor | 400.000 |
| 3 | The Pot | Ruko Plaza Niaga 1, Blok C, Jl. MH Thamrin, Sentul City, Bogor | 350.000 |
| 4 | Carnivor Barbeque | Sentul Eco Art Park, Jl. Ir. H. Juanda Kav. 81, Bogor Tengah | 350.000 |
| 5 | Abuba Steak | Jl. Achmad Sobana No. 1, Bogor Utara, Bogor | 300.000 |
| 6 | Steak 21 | Botani Square, Lantai Lower Ground, Jl. Pajajaran, Bogor Tengah | 300.000 |
| 7 | Peppino House | Jl. Paledang No. 41, Bogor Tengah, Bogor | 200.000 |
| 8 | Happy Cow Steak | Jl. Bangbarung Raya No. 73, Bogor Utara, Bogor | 200.000 |
| 9 | Kampung Steak | Jl. Salak No. 8, Bogor Tengah, Bogor | 112.000 |
| 10 | Obong Steak and Ribs | Jl. Tegal Lega, Bogor Utara, Bogor | 80.000 |
| 11 | Waroeng Steak and Shake | Jl. Sukasari 1 No. 7, Bogor Timur, Bogor | 80.000 |

Sumber: Google. "Restoran *steak* di Kota Bogor". 2018

Berdasarkan Tabel 1, terlihat jelas bahwa tingkat persaingan bisnis Restoran *Steak* di wilayah kota Bogor sangat tinggi. Dimana ada 11 yang

tercatat sebagai produsen *steak* dengan segala kekurangan dan kelebihan. Ini tentu saja belum termasuk penjual *steak* dari kelas menengah kebawah yang biasanya berjualan dipinggir jalanan. Dilihat dari variasi harga pun produsen *steak* ini sangat ketat dalam bersaing dan menentukan harga. Dari mulai yang tertinggi 450,000 rupiah yaitu pada *Rafflesia Lounge* yang berlokasi di Hotel Salak sampai harga 80,000 rupiah di *Obong Steak* dan *Waroeng Steak*. Ini tentu saja sangat unik karena mereka menentukan harga yang berbeda-beda dan bervariasi. Tentu bukan sesuatu yang mudah untuk menentukan harga, bagi produsen tentu ada dasar hitungannya dengan tujuan tak lain dan tak bukan adalah untuk sebanyak-banyaknya mempengaruhi konsumen untuk memutuskan membeli produknya. Meskipun *B'Steak Grill and Pancake* cukup banyak diminati oleh konsumen, namun persaingan yang ketat di daerah tersebut memiliki dampak tertentu pada kegiatan usahanya. Persaingan tersebut mengakibatkan terjadinya fluktuasi pada volume penjualan dan jumlah konsumen. Penjualan di *B'Steak Grill and Pancake* tidak bersifat konstan, artinya terjadi naik turun terhadap volume penjualan dan jumlah konsumen setiap bulannya, hal tersebut dapat dilihat pada data penjualan sebagai berikut:

Tabel 2
Data Penjualan *B'Steak Grill and Pancake*

| Bulan | Penjualan (Rp) |
|----------------|-----------------------|
| September 2018 | 1.052.559.196 |
| Agustus 2018 | 1.019.645.775 |
| Juli 2018 | 1.056.550.412 |
| Juni 2018 | 861.547.221 |
| Mei 2018 | 1.145.445.511 |
| April 2018 | 911.267.425 |
| Maret 2018 | 901.832.766 |
| Februari 2018 | 867.523.599 |
| Januari 2018 | 921.623.861 |
| Desember 2017 | 1.054.554.112 |
| November 2017 | 952.847.625 |
| Oktober 2017 | 873.264.332 |

Sumber: Official *B'Steak Grill and Pancake Bogor, 2018*.

Berdasarkan data penjualan pada table 2, dapat diketahui bahwa terjadi fluktuasi penjualan dari bulan Oktober 2017 sampai dengan September 2018 dimana penjualan terendah terjadi pada bulan Juni 2018 sebesar Rp. 861.547.221 dan tertinggi pada bulan Mei 2018 sebesar Rp. 1.145.445.511. Hal ini mungkin dapat diatasi apabila pihak *B'Steak Grill and Pancak Bogor* mengetahui dan memperhatikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian sehingga dapat memperbaikinya.

Hal ini kembali dilihat penulis sebagai tantangan untuk meneliti bagaimana pengaruh faktor-faktor keputusan terutama harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

Untuk mempertahankan agar pangsa pasar *B'Steak Grill and Pancake* tetap stabil dan terus meningkat, pihak pengelola *B'Steak Grill and Pancake* harus menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis

ini. Pengelola harus mulai berpikir seperti seolah-olah menjadi konsumen sehingga mengetahui apa yang mereka pikirkan. Dengan begitu dapat mengetahui apa kebutuhan konsumen, sehingga konsumen akan terpuaskan oleh produknya.

B'Steak Grill and Pancake dalam proses usahanya harus mampu menetapkan harga yang sesuai dengan manfaat dan kualitas produknya agar target penjualan yang telah ditetapkan dapat terus tercapai dan terus meningkat. Oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yang meliputi kualitas produk dan harga perlu untuk diketahui oleh *B'Steak Grill and Pancake* agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen sebaik mungkin kedepannya.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada *B'Steak Grill and Pancake Bogor*)".

B. Identifikasi Masalah

Bagi konsumen produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka akan dipilih atau dibeli. Konsumen sebelum melakukan suatu keputusan pembelian biasanya menilai beberapa variabel dari produk atau jasa tersebut, seperti kualitas produk dan harga produk itu sendiri. Persepsi positif terhadap kualitas produk dan harga akan merangsang perilaku konsumen sebelum akhirnya melakukan keputusan pembelian.

Pada tabel pesaing *steak*, salah satu masalah yang dihadapi oleh *B'Steak Grill and Pancake* adalah tingginya tingkat persaingan sejenis di Kota Bogor yang menandakan bahwa konsumen dalam kategori ini sangat potensial, namun disisi lain produsen dituntut untuk semakin cermat dalam membaca kebutuhan dan keinginan konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Inovasi produk berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Kualitas produk berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Harga produk berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian konsumen.
4. Inovasi produk berpengaruh langsung terhadap harga produk.
5. Kualitas produk berpengaruh langsung terhadap harga produk.
6. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada *B'Steak Grill and Pancake* Bogor ?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka batasan masalah dalam suatu penelitian ini dibatasi, hal ini bertujuan agar penelitian yang dilakukan lebih terfokus pada pokok permasalahan, tujuan

dan manfaat penelitian. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah tentang:

1. Inovasi produk *B'Steak Grill and Pancake* Bogor.
2. Kualitas produk *B'Steak Grill and Pancake* Bogor.
3. Harga produk *B'Steak Grill and Pancake* Bogor.
4. Keputusan pembelian pada produk *B'Steak Grill and Pancake* Bogor.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh langsung inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada *B'Steak Grill and Pancake* Bogor?
2. Apakah terdapat pengaruh langsung kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada *B'Steak Grill and Pancake* Bogor?
3. Apakah terdapat pengaruh langsung harga produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada *B'Steak Grill and Pancake* Bogor?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui data dan informasi mengenai :

1. Pengaruh langsung inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada *B'Steak Grill and Pancake* Bogor.
2. Pengaruh langsung kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada *B'Steak Grill and Pancake* Bogor.
3. Pengaruh langsung harga produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada *B'Steak Grill and Pancake* Bogor.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini berguna baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat mendukung atau menolak grand teori yang dikembangkan oleh para ahli atau peneliti sebelumnya.
2. Manfaat secara praktis.
 - a. Bahan informasi dan referensi untuk perpustakaan serta bagi para peneliti yang ada kaitannya dengan penelitian ini.
 - b. Bagi pemilik outlet penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai gambaran dalam mengetahui keputusan pembelian konsumen *B'Steak Grill and Pancake* Bogor.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dan mengetahui alur penulisan proposal skripsi ini, maka akan diberikan gambaran mengenai isi proposal sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan mengenai pendahuluan, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab II penulis akan memaparkan mengenai landasan teori pada masing masing variabel, kerangka penelitian yaitu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti dan yang terakhir pada bab II ini hipotesis penelitian yaitu merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Kemudian dalam bab III penulis akan memaparkan mengenai metodologi penelitian dimana dalam bab III ini akan dijelaskan tentang metode penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, instrumen penelitian dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam BAB IV penulis akan memaparkan mengenai analisis dan pembahasan dimana dalam BAB IV ini akan dijelaskan tentang hasil penelitian yaitu pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di *B'Steak Grill and Pancake Bogor*.

BAB V PENUTUP

Dalam BAB V ini penulis akan menarik kesimpulan dari hasil pembahasan dan memberikan saran bagi perusahaan dimana penulis melakukan penelitian.