



LAPORAN PENELITIAN

JUDUL:

**ANALISIS HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA RAHMAT DAROINI
SWALAYAN KABUPATEN NGANJUK**

Oleh:

M. Rizqi Al Hafidz	(2112010128)
Dr. Diah Ayu Septi Fauji, S.E, M.M	(0711098703)
Itot Bian Raharjo, S.Pd, S.E, M.M	(0718118401)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
JUNI 2025**

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Analisis Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rahmat Daroini Swalayan Kabupaten Nganjuk
2. Ketua
 - a. Nama Lengkap : M. Rizqi Al Hafidz
 - b. NPM : 2112010128
 - c. Fak/Prodi : FEB/Manajemen
 - d. Alamat Rumah : Dsn. Sugihwaras-Ds. Babadan-Kec.Patianrowo-Kab. Nganjuk
 - e. Telp./HP : 085850493250
 - f. Email : rizqikhafid02@gmail.com
3. Jangka waktu Penelitian : 1 bulan
4. Pembiayaan :
 - a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri : -
 - b. Dari sumber lain : Rp 10.000.000
 - Jumlah Seluruhnya : Rp 10.000.000

Mengetahui,
Kaprodi Manajemen



Restin Meilina, M.M.
NIDN. 0721058605

Kediri, 30 Juni 2025
Ketua,



M. Rizqi Al Hafidz
NPM. 2112010128

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis




Dr. Amin Tohari, M.Si.
NIDN. 0715078102

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan laporan penelitian ini dapat diselesaikan. Penyusunan laporan penelitian ini merupakan bagian dari program diseminasi non skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M. Pd. Selaku Rektor UNP Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswanya.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M. Selaku Ketua Prodi Manajemen yang selalu sabar membantu mahasiswanya.
4. Dr. Diah Ayu Septi Fauji, S.E, M.M. selaku pembimbing I yang telah memberikan arahan dan kemudahan dalam menyusun laporan diseminasi ini.
5. Itot Bian Raharjo, S.Pd, S.E, M.M. selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan dan kemudahan dalam menyusun laporan diseminasi ini.
6. Terimakasih kepada Orang tua saya yang selalu mendukung, membimbing dan memberikan fasilitas saat mengerjakan laporan diseminasi ini.
7. Ucapan terimakasih kepada pihak – pihak lain yang tidak dapat disebutkan. Yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini.

Disadari bahwa laporan ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri, 30 juni 2025



M. Rizqi Al Hafidz
NPM : 2112010128

RINGKASAN

M. Rizqi Al Hafidz : Analisis Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Rahmat daroini Swalayan Kabupaten Nganjuk. Laporan penelitian, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2025.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Promosi Dan Keputusan Pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga, kualitas produk, dan pemasaran terhadap keputusan pembelian pada Rahmat Daroini Swalayan Kabupaten Nganjuk. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Metode pengambilan sampel menggunakan strategi *non probability* sampling dengan Teknik *accidental* sampling. Sampel penelitian ini terdiri dari 40 pelanggan yang membeli barang dari Rahmat Daroini Swalayan Kabupaten Nganjuk. Penelitian ini menggunakan berbagai metode analisis regresi linier dan pengujian hipotesis, yaitu uji-t dan uji-F. Temuan uji-t menunjukkan bahwa faktor harga, kualitas produk, dan promosi memberikan pengaruh signifikan sebagian terhadap keputusan pembelian. Temuan uji-F menunjukkan bahwa faktor harga, kualitas produk, dan promosi semuanya memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan pembelian. Luaran pada penelitian ini dipublikasikan pada proceeding Kilisuci internatoinal Conference <https://doi.org/10.29407/5kc8ma98>

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
RINGKASAN	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Penelitian	4
BAB II KAJIAN TEORI.....	6
A. Keputusan Pembelian.....	6
B. Harga	6
C. Kualitas Produk	7
D. Promosi.....	8
E. Kerangka Berpikir	9
F. Hipotesis.....	11
BAB III METODE PENELITIAN.....	12
A. Deskripsi Metode Penelitian	12
B. Rincian Proses Pengumpulan Data	12
C. Sasaran Penelitian	13
D. Instrumen Penelitian.....	13
E. Prosedur Analisis Data	15
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	18
A. Hasil Penelitian	18
B. Pembahasan	33
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	35
A. Kesimpulan.....	35
B. Implikasi.....	35
C. Saran.....	36

DAFTAR PUSTAKA	37
LAMPIRAN.....	39

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Persaingan Swalayan di Kecamatan Lengkong.....	3
Tabel 3.1 Kisi Kisi Kuesioner Penelitian	13
Tabel 3.2 Uji Validitas Instrumen Penelitian	14
Tabel 3.3 Reliabilitas Instrumen Penelitian	15
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	18
Tabel 4.2 Tingkat Usia Responden	19
Tabel 4.3. Tingkat Pekerjaan Responden.....	19
Tabel 4.4 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	20
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Harga	22
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel Kualitas Produk	24
Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Promosi.....	26
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas	28
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	30
Tabel 4.10 Hasil Uji Determinasi.....	31
Tabel 4.11 Hasil Uji t	31
Tabel 4.12 Hasil Uji F	32

DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK

Gambar 1.1 Nilai dan Laju Pertumbuhan PDB Perdagangan	2
Grafik 4.1 Hasil Uji Normalitas	27
Grafik 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian.....	40
Lampiran 2. Surat Balasan/Keterangan Telah Melakukan Penelitian	41
Lampiran 3. Instrument Penelitian.....	42
Lampiran 4. Tabulasi Angket.....	45
Lampiran 5. Dokumentasi.....	49
Lampiran 6. Lampiran Artikel	50

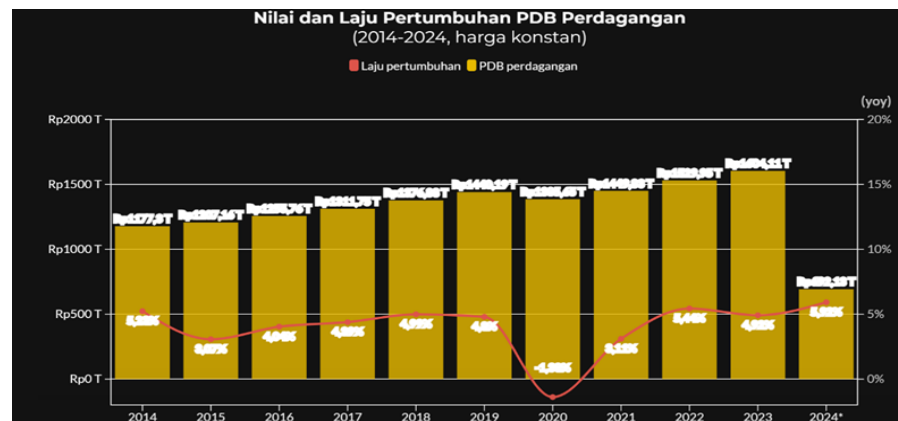
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penetapan harga barang dan jasa di pasar yang kompetitif secara global saat ini berkaitan langsung dengan jumlah permintaan terhadap produk tersebut (Pamungkas et al., 2022). Akibatnya, organisasi harus sangat berhati-hati saat menentukan harga untuk semua produk mereka. Seperti yang dinyatakan oleh Amelia Setyawati (2022), pelanggan memandang harga lebih dari sekadar nilai moneter suatu produk atau layanan. Mereka juga mengharapkan pengembalian investasi yang wajar berdasarkan keunggulan produk relatif terhadap biaya yang dikeluarkan. Pengecer termotivasi untuk menggunakan teknik pemasaran yang efektif agar tetap kompetitif dalam menghadapi persaingan bisnis dan perdagangan yang ketat. (Shellya et al., 2023).

Sebagai tahap akhir dari distribusi, ritel memiliki peran penting dalam arus produk (Al Aradatin, Muslih & Meilina, 2021). Sebuah produk dapat berinteraksi dengan konsumen akhirnya secara langsung melalui ritel. Menurut Soliha (2019), bisnis ritel merupakan bisnis yang telah ditingkatkan untuk memenuhi permintaan konsumen, baik individu, keluarga, maupun kelompok. Pengecer saat ini memangsa kebiasaan konsumen lokal, khususnya kelas menengah dan atas, yang menghindari pasar yang ramai (Aisyah et al., 2021). Bisnis ritel saat ini hadir karena adanya pergeseran perilaku konsumen. Hal ini terbukti dengan banyaknya toko kontemporer baik di daerah perkotaan maupun pedesaan (Indrasari, 2019).



Gambar 1.1 Nilai dan Laju Pertumbuhan PDB Perdagangan

Sumber: <https://id.techinasia.com/data-ritel-indonesia-panduan-lengkap>

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa sektor ritel memberikan kontribusi yang signifikan terhadap PDB Indonesia. Sektor perdagangan besar dan eceran di Indonesia memberikan kontribusi sebesar 10,89% terhadap PDB negara tersebut pada triwulan II tahun 2024. Kecuali pada tahun 2020, ketika pandemi COVID-19 melanda, PDB perdagangan juga mengalami peningkatan selama satu dekade terakhir. Meskipun demikian, sektor ini dihadapkan pada masalah menurunnya belanja konsumen, sebagaimana terlihat dari tren deflasi bulanan berturut-turut yang terus berlanjut sejak Mei–September 2024. Sepanjang tahun 2024 berjalan, pertumbuhan penjualan eceran juga cenderung terbatas, yang dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti menurunnya keputusan pembelian masyarakat terhadap produk-produk lokal (Purnomo et al., 2021).

Setiap orang, mulai dari individu hingga organisasi besar, melakukan pembelian saat mereka mencari suatu produk, layanan, konsep, atau pengalaman untuk membantu mereka memenuhi tujuan dan persyaratannya (Kotler & Keller, 2019). Pertimbangan terpenting bagi konsumen adalah harga, yang terus-menerus mereka evaluasi di berbagai toko (Soeprajitno, 2018). Harga suatu produk atau jasa adalah total semua nilai yang dibayarkan oleh pembeli sebagai imbalan atas barang atau jasa tersebut (Kotler & Armstrong, 2019). Perusahaan juga harus mempertimbangkan kualitas produk mereka karena konsumen membaca ulasan sebelum membeli. Ketika suatu produk dapat diandalkan,

akurat, dan tahan lama memenuhi tujuan penggunaannya, kita mengatakan bahwa produk tersebut memiliki kualitas tinggi (Kotler & Armstrong, 2019). Pertimbangan berikutnya adalah penggunaan bahasa persuasif dalam periklanan, persuasi, undangan, dorongan, dan meyakinkan. Menurut Mursid (2019), Membuat orang memperhatikan dan tertarik pada suatu produk atau layanan adalah tujuan utama periklanan. Jika dilakukan dengan benar, hal ini dapat menyebabkan peningkatan penjualan bagi perusahaan tersebut.

Lokasi penelitian ini adalah Rahmat Daroini Swalayan di Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur, 64393. Alamatnya adalah Jl. Mawar No.18 RT. 02 RW. 03 di Lengkong, Nganjuk, Hutan, Lengkong, Kec. Lengkong. Berdasarkan hasil observasi, ditemukan bahwa swalayan ini setiap bulannya cukup ramai pembeli dan terdapat diskon. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk menganalisis apa yang menyebabkan konsumen memutuskan membeli barang kebutuhan di Rahmat Daroini Swalayan Kabupaten Nganjuk. Berikut beberapa persaingan swalayan yang berada di Kecamatan Lengkong:

Tabel 1.1
Data Persaingan Swalayan di Kecamatan Lengkong

Nama Swalayan	Alamat	Ulasan Konsumen
Rahmat Daroini Swalayan	Jl. Mawar No.18 RT. 02 RW. 03, Lengkong, Nganjuk, Hutan, Lengkong, Kec. Lengkong, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64393	Memiliki 18 ulasan positif dengan rating 4,3 bintang
Y	Lengkong Lor, Lengkong, Kec. Lengkong, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64393	Memiliki 151 ulasan positif dengan rating 4,4 bintang
Z	Jl. Gondang - Lengkong No.21, Hutan, Lengkong, Kec. Lengkong, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64393	Memiliki 1 ulasan positif dengan rating 4,0 bintang

Sumber : *Googlemaps*, 2024

Dari tabel 1.1 tentang data persaingan swalayan di Kecamatan Lengkong, maka Rahmat Daroini Swalayan memiliki 18 ulasan positif dengan rating 4,3 bintang, untuk Minimarket Y memiliki 151 ulasan positif dengan rating 4,4 bintang, dan Mitra Z memiliki 1 ulasan positif dengan rating 4,0 bintang, dapat disimpulkan bahwa Minimarket Y memiliki lebih banyak ulasan dibanding

dengan Rahmat Daroini Swalayan yang berada di posisi kedua, dan Mitra Z di posisi terakhir yang memiliki ulasan yang sedikit.

Temuan penelitian seperti (Ismiatun et al., 2022) dan (Dian et al., 2021) menambah bobot argumen dengan menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan promosi adalah tiga elemen utama yang memengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Meskipun demikian, penelitian telah menunjukkan bahwa penetapan harga memiliki dampak yang kecil terhadap pelanggan (Gulo et al., 2022). Namun, penelitian menunjukkan bahwa konsumen tidak peduli dengan kualitas produk saat melakukan pembelian (Kustaji et al., 2023). Para peneliti telah menunjukkan bahwa pemasaran, kualitas produk, dan harga adalah tiga aspek terpenting bagi konsumen saat membuat pilihan pembelian (Maulana, 2021). Hasilnya tidak konsisten, yang menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor (termasuk harga, kualitas produk, dan pemasaran) yang memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli.

Berdasarkan fenomena dan *gap research* yang telah disampaikan oleh peneliti tersebut yakni tentang harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen, maka penulis tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul **“Analisis Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Rahmat Daroini Swalayan Kabupaten Nganjuk”**

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Rahmat Daroini Swalayan Kabupaten Nganjuk.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Rahmat Daroini Swalayan Kabupaten Nganjuk.
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Rahmat Daroini Swalayan Kabupaten Nganjuk.

4. Untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Rahmat Daroini Swalayan Kabupaten Nganjuk.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, E. N., Fauji, D. A. S., Ismayantika, Puspasari, D., Rahadheng, E. R., Nurjanah, D., Mahmud, Saptaria, L., Rahhma, F., Subhan, E. S., Arisman, & Utami, B. (2021). Transformasi bisnis digital. In *Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI*.
- Al Aradatin, Muslih, B., & Meilina, R. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Aktif Prodi Manajemen Angkatan 2017 UNP Kediri). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi (SENMEA)*.
- Alma, B. (2017). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Cetakan 5. Bandung: CV Alfabeta. In *Bandung: CV Alfabeta*.
- Amelia Setyawati, A. R. (2022). Manajemen Pemasaran di Era Bisnis Yang Serba Cepat. In *Media Nusa Creative* (Issue 8.5.2017).
- Buchari, A. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Dian, S., Siahaan, N., & Putriku, A. E. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di KFC Sun Plaza, Medan. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(2).
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran (Dasar dan Konsep). In *Pemasaran*.
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25. *Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Madiun*, 6(2).
- Gulo, T., Suryati, L., & Ginting, R. S. I. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Fa. Banang Jaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1508>
- Hartati, E. S., Listiyanto, E., Pulungan, A. M., Abdullah, I., Yudhistira, B., Firdaus, A. H., & Abdullah, R. (2016). Kajian Tengah Tahun INDEF 2016: Evaluasi Paket, Evaluasi Ekonomi. In *INDEF*.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. In *Repository.Unitomo.Ac.Id*.
- Ismiatun, D., Budiatmo, A., & Prihatini, A. E. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Hangiri Banyumanik Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4). <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.36112>
- Kotler dan Keller. (2019). *Marketing Manajemen* (14th ed.). harlow pearson.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). Marketing. In *BMC Public Health* (Vol. 5, Issue 1).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Rokok MILD. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1 dan 2, Alih Bahasa: Bob Sabran. In *Jakarta: Erlangga*.
- Kustaji, K., Anitasari, H., Azhari, A., Noor, F., & Agustino, M. R. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Fashion Kekinian di Toko Fandim Jaya Collection. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 9431–9435.
- Maulana, M. I. N. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Artfresh. *Performa*, 5(6). <https://doi.org/10.37715/jp.v5i6.1854>
- Mursid. (2019). Manajemen Pemasaran. In *Marketing 91*.
- Pamungkas, L., Kantun, S., & Herlindawati, D. (2022). Analisis penetapan harga pokok produksi berdasarkan metode harga pokok pesanan. *FORUM EKONOMI*, 24(1). <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i1.10521>
- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. (2021). Signifikansi Harga, Fasilitas Dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Hotel. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(1). <https://doi.org/10.37932/j.e.v11i1.167>
- Setyaningrum, R., Utami, H., & Ruhana, I. (2016). Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja (Studi Pada Karyawan PT. Jasa Raharja Cabang Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 36(1).
- Shellya, C. I. S., Prasajo, A., & Raharjo, I. B. (2023). Implementasi strategi pemasaran dalam menjaga eksistensi dan meningkatkan kepercayaan calon konsumen pada luna piena wedding organizer 1),2),3). *Jurnal SIMANIS*, 2.
- Soeprajitno, E. D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Stand Pakaian Pasar Tradisional Bandar Kediri). *Jur Nal Ekonomi Bisni S*, 4(2).
- Soliha, E. (2019). Analisis Industri Ritel Di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 15(2).
- Sugiyono. (2023). Sugiyono, Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D , (Bandung: Alfabeta, 2015), 407 1. *Metode Penelitian Dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*.
- Tjiptono, F. (2017). Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitiab. In *1*.