

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA USAHA TAHU RUMAHAN DESA
PURWODADI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada Prodi Manajemen



OLEH:

ISNA SALSABILA
NPM: 2212010427

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2026**

Skripsi oleh:

ISNA SALSABILA

NPM: 2212010427

Judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA USAHA TAHU RUMAHAN DESA PURWODADI**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada Panitia Ujian / Sidang Skripsi
Prodi Manajemen FEB UN PGRI Kediri

Tanggal : 29 Juni 2026

Pembimbing I



Dr. Ismayantika Dyah Puspasari, M.B.A.
NIDN. 0706108902

Pembimbing II



Restin Meilina, M.M.
NIDN. 0721058605

Skripsi Oleh:

ISNA SALSABILA

NPM: 2212010427

Judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA USAHA TAHU RUMAHAN DESA PURWODADI**

Telah dipertahankan didepan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI
Kediri

Pada tanggal: 13 Juli 2026

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

Ketua : Dr. Ismayantika Dyah Puspasari, M.B.A.

Penguji I : Basthoumi Muslih, S.Pd., M.M

Penguji II : Restin Meilina, M.M



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Amin Tohari, M.Si.

NIDN. 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,
Nama : ISNA SALSABILA
Tempat/Tanggal Lahir : KEDIRI, 23 JANUARI 2004
Jenis Kelamin : PEREMPUAN
NPM : 2212010427
Fak/Jur/Prodi : FEB/ S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi yang berjudul ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA USAHA TAHU RUMAHAN DESA PURWODADI adalah benar hasil karya penulis, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri. Semua sumber yang dikutip maupun dirujuk dalam skripsi ini telah saya cantumkan dengan benar sesuai dengan kaidah ilmiah yang berlaku. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini mengandung unsur plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan hukum dan akademik yang berlaku.

Kediri, 13 Juli 2026
Yang Menyatakan,



ISNA SALSABILA
NPM: 2212010427

MOTTO

"Skripsi yang baik adalah skripsi yang selesai. Tidak ada hasil yang mengkhianati proses, dan tidak ada kerja keras yang berakhir sia-sia."

"Pendidikan adalah senjata paling mematikan di dunia, karena dengan itu Anda dapat mengubah dunia." – Nelson Mandela

"Jangan melihat seberapa jauh jalan yang harus ditempuh, tetapi lihatlah seberapa jauh kita telah melangkah. Terus berjalan, karena setiap langkah kecil membawa kita lebih dekat pada impian."

ABSTRAK

Isna Salsabila. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Tahu Rumahan di Desa Purwodadi, Skripsi, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2026.

Kata kunci: kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, keputusan pembelian, UMKM Tahu.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Tahu sebagai usaha ekonomi produktif berskala rumahan yang mengolah kedelai menjadi produk pangan tradisional. Usaha ini memiliki peran penting dalam menyerap tenaga kerja lokal dan memenuhi kebutuhan pangan masyarakat di pedesaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan, baik secara terpisah maupun bersamaan, terhadap keputusan pembelian pada Usaha Tahu Rumahan di Desa Purwodadi, Kecamatan Purwoasri, Kabupaten Kediri.

Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah (1) Apakah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian? (2) Apakah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Usaha Tahu Rumahan di Desa Purwodadi?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei kausal. Subjek penelitian adalah konsumen Usaha Tahu Rumahan di Desa Purwodadi yang tidak terbatas, dengan sampel sebanyak 96 responden yang ditentukan berdasarkan rumus Cochran dan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang menggunakan Skala Likert 5 poin.

Pengujian instrumen dilakukan dengan uji validitas Pearson Product Moment dan uji reliabilitas *Cronbach's Alpha* menggunakan perangkat lunak SPSS 23. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua butir pernyataan pada variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian terbukti valid ($r\text{-hitung} > 0,201$) dan reliabel ($Cronbach's\ Alpha > 0,60$). Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa (1) Secara parsial, variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ($p < 0,05$). (2) Secara simultan, ketiga variabel independen tersebut terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian ini, disarankan strategi bauran pemasaran yang optimal untuk menjaga daya saing dan keberlanjutan sektor UMKM pangan tradisional di pedesaan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Tahu Rumahan Desa Purwodadi**" dengan baik.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada prodi Manajemen FEB Universitas Nusantara PGRI Kediri. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa perjalanan dalam penyusunan skripsi ini merupakan proses yang penuh tantangan. Namun, berkat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, segala hambatan tersebut dapat teratasi dengan baik.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang tulus kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd. Selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Ibu Restin Meilina, M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Ibu Ismayantika Dyah P., M.B.A. Selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Restin Meilina, M.M. selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan bantuannya dalam menyelesaikan Skripsi ini.
5. Ucapan terimakasih yang paling utama penulis persembahkan kepada Alm. Bapak Supiyanto, Meskipun beliau telah tiada, cinta, didikan, dan impian beliau selalu menjadi semangat terbesar bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, serta kepada ibunda Rois penulis ucapkan terimakasih atas dukungan dan doa-doa yang luar biasa selama ini dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Serta teman-teman yang selalu memberikan semangat dan menemani dalam setiap proses pengerjaan Skripsi ini.
7. Seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah membantu baik dalam bentuk doa, motivasi, maupun dukungan lainnya.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan dimasa mendatang. Akhir kata, semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan perkembangan ilmu pengetahuan.

Kediri, 13 Juli 2026

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Isna Salsabila', with a stylized, flowing script.

ISNA SALSABILA

NPM: 2212010427

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Variabel Keputusan Pembelian.....	9
B. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Variabel Kualitas Produk.....	14
C. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Variabel Harga	18
D. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Variabel Kualitas Pelayanan.....	21
E. Kerangka Berpikir	25
F. Hipotesis Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
A. Desain Penelitian	32
B. Definisi Operasional	33
C. Instrumen Penelitian	36
D. Tempat dan Jadwal Penelitian	45
E. Populasi dan Sampel	46

F. Prosedur Penelitian	48
G. Teknik Analisis Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Hasil penelitian	56
B. Pembahasan.....	59
BAB V PENUTUP.....	86
A. Simpulan	86
B. Saran.....	87
DAFTAR RUJUKAN	89
LAMPIRAN	92

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2. 1 : Penelitian Terdahulu Variabel Keputusan Pembelian	12
2. 2 : Penelitian Terdahulu Variabel Kualitas Produk.....	17
2. 3 : Penelitian Terdahulu Variabel Harga.....	20
2. 4 : Penelitian Terdahulu Variabel Kualitas Pelayanan.....	24
3. 1 : Penelitian Skala likert	37
3. 2 : Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	38
3. 3 : Hasil Uji Validitas.....	41
3. 4 : Hasil Uji Reliabilitas.....	44
3. 5 : Jadwal Penelitian.....	46
4. 1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4. 2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
4. 3 : Karakteristi Responden Berdasarkan Domisili	58
4. 4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Pembelian.....	59
4. 5 : Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk	59
4. 6 : Distribusi Frekuensi Variabel Harga.....	62
4. 7 : Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan.....	64
4. 8 : Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	67
4. 9 : Hasil Uji <i>One -Sample Kolmogorov -Smirnov</i>	70
4. 10 : Hasil Uji Multikolinearitas	71
4. 11 : Hasil Uji Glejser.....	72
4. 12 : Hasil Uji Linieritas Variabel Kualitas Produk	73
4. 13 : Hasil Uji Linieritas Variabel Harga	73
4. 14 : Hasil Uji Linieritas Variabel Kualitas Pelayanan	74
4. 15 : Hasil Regresi Liniear Berganda	74
4. 16 : Hasil Koefisien Determinasi	76
4. 17 : Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	77
4. 18 : Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2. 1 : Kerangka Konseptual.....	30
3. 1 : Lokasi Penelitian.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 : Identitas Responden	94
2 : Kisi – Kisi Instrumen Penelitian	95
3 : Tabulasi Data	99
4 : Hasil Output SPSS	110
5 : Kartu Bimbingan.....	120

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan bisnis di Indonesia saat ini, terutama di sektor makanan menunjukkan kemajuan yang sangat cepat dan dinamis. Kondisi ini mendorong para pelaku usaha untuk terus berpikir inovatif dan analitis dalam menyusun strategi bisnis agar mampu bertahan di tengah persaingan yang ketat. Kemajuan teknologi dan modernisasi juga berkontribusi dalam merubah cara masyarakat melakukan transaksi dari metode konvensional menuju *platform digital* demi kemudahan dan aksesibilitas yang lebih baik (Fadhli & Ibrahim, 2024).

Di tengah perkembangan modernisasi saat ini, tahu masih menjadi salah satu komoditas pangan nabati yang paling diminati dan memiliki posisi penting dalam pola konsumsi masyarakat. Sebagai sumber protein yang terjangkau dan bergizi, permintaan terhadap tahu cenderung stabil bahkan meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pola makan sehat serta fleksibilitas produk ini untuk diolah menjadi berbagai jenis hidangan sehari-hari.

Pada tingkat mikro, usaha tahu rumahan memiliki peran penting dalam memperkuat ekonomi lokal dan menciptakan lapangan kerja di komunitas. Berbeda dengan industri besar, usaha rumahan menawarkan fleksibilitas dalam produksi dan kedekatan dengan konsumen akhir, yang memastikan kesegaran produk tanpa perlu rantai distribusi yang panjang. Keberadaan industri rumah tangga ini tidak hanya mendukung ekonomi pemiliknya, tetapi juga memberikan dampak positif bagi pemasok kedelai lokal dan pedagang kecil di pasar tradisional. Ini menunjukkan bahwa usaha tahu rumahan memiliki potensi besar untuk berkembang jika dikelola dengan strategi yang tepat sesuai dengan dinamika pasar.

Namun, di balik potensi tersebut, pengelolaan usaha tahu rumahan sering kali menghadapi tantangan besar dalam hal efisiensi produksi dan standarisasi kualitas. Banyak pelaku usaha masih bergantung pada metode tradisional dengan peralatan sederhana, yang mengakibatkan variasi tekstur dan daya simpan

produk yang terbatas. Tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana mempertahankan pangsa pasar ketika produk-produk *modern* yang dianggap lebih inovatif mulai muncul. Oleh karena itu, pembahasan mengenai kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan serta pemahaman terhadap perilaku konsumen dalam membuat keputusan pembelian menjadi sangat penting untuk meningkatkan nilai tambah produk dan memastikan keberlanjutan usaha tahu rumahan di tengah persaingan industri pangan yang semakin ketat saat ini.

Keputusan Pembelian adalah fase di mana konsumen secara aktif melakukan pembelian barang setelah melalui serangkaian penilaian dan pertimbangan terhadap pilihan yang tersedia. Dalam sektor makanan, keputusan ini sangat penting karena mempengaruhi kesinambungan pendapatan bisnis. Konsumen biasanya memilih produk yang tidak hanya memuaskan selera, tetapi juga menawarkan nilai yang sesuai dengan harapan mereka (Pardede et al., 2025).

Permasalahan yang dihadapi oleh usaha tahu rumahan adalah ketidak konsistenan dalam keputusan pembelian ulang oleh warga setempat. Beberapa pembeli mulai memilih pemasok yang berbeda disebabkan oleh berbagai alasan, mulai dari mutu fisik tahu hingga kecepatan layanan yang diberikan. Ini mengindikasikan bahwa faktor-faktor eksternal yang ditangani oleh produsen mempengaruhi proses pengambilan keputusan oleh konsumen.

Penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. Namun, terdapat celah atau perbedaan temuan (*research gap*) dalam penelitian yang dilakukan oleh (Ismayani et al., 2024). Dalam studi tersebut, ditemukan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Sebaliknya, kualitas pelayanan justru menunjukkan pengaruh tidak signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen. Kesenjangan hasil atau variasi dalam temuan empiris ini menciptakan kebutuhan untuk melakukan penelitian ulang terhadap variabel-variabel tersebut, terutama dalam konteks usaha tahu rumahan yang memiliki karakteristik operasional dan perilaku konsumen yang berbeda.

Sebagai salah satu variabel kunci yang diuji kembali, kualitas produk memegang peran krusial karena mencerminkan kemampuan suatu produk untuk menghasilkan performa yang sesuai atau bahkan melampaui harapan konsumen. Dalam bisnis tahu rumahan, standar kualitas meliputi rasa, tekstur, kebersihan, dan ketahanan produk yang bebas dari bahan pengawet yang berbahaya. Kualitas yang tinggi akan membangun citra positif di pikiran konsumen, membuat mereka lebih percaya diri dalam melakukan pembelian (Nika et al.,2025).

Ada perbedaan dalam mutu tahu yang dihasilkan pada masing-masing periode produksi. Terkadang tekstur tahu dipandang terlalu lunak atau baunya tidak segar, yang akhirnya menjadi keluhan dari para pembeli. Kenyataan ini bertentangan dengan teori yang mengindikasikan bahwa mutu produk seharusnya menjadi tolak ukur utama untuk mendorong keputusan pembelian yang menguntungkan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Nika et al., 2025), menegaskan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan yang sangat kuat terhadap keputusan pembelian konsumen. Sejalan dengan itu, (Triwijayanti & Yulianto, 2023), juga menunjukkan dalam hasil penelitian mereka bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Namun, terdapat ketidak konsistenan atau celah penelitian dari studi sebelumnya yang dilakukan oleh (Triwijayanti & Yulianto, 2023), yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena konsumen mungkin lebih mengutamakan faktor lain. Adanya kontradiksi atau ketidak jelasan mengenai pengaruh kualitas produk ini menunjukkan perlunya pengujian kembali secara mendalam, terutama pada sektor usaha tradisional seperti industri tahu rumahan.

Faktor selain kualitas produk yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu harga. Harga adalah ukuran dari seberapa besar nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Secara lebih umum, harga mencerminkan total nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk memperoleh manfaat dari kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau layanan. Dalam konteks pengambilan keputusan konsumen, harga terbukti menjadi faktor yang sangat dominan, bahkan memberikan kontribusi yang jauh lebih besar (77,84%)

dibandingkan dengan variabel lain seperti kualitas layanan. Oleh karena itu, kesesuaian antara harga yang ditetapkan dengan nilai kepuasan atau manfaat yang diharapkan oleh konsumen akan sangat mempengaruhi keputusan mereka untuk melakukan pembelian (Sudana et al., 2021).

Fenomena yang terlihat adalah fluktuasi tekanan harga bahan baku kedelai, yang menyebabkan produsen tahu sering kali harus menyesuaikan harga atau mengurangi ukuran produk. Perubahan ini sering kali mendapat reaksi negatif dari konsumen yang sangat peka terhadap harga, yang pada gilirannya mengganggu stabilitas keputusan pembelian di tingkat ritel.

Beberapa studi menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian (Fadillah et al., 2024), mengenai produk makanan di UMKM Warung Makan Mama Okhan menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Temuan ini didukung oleh penelitian Firdaus & Cahya, (2024), yang juga mengungkapkan adanya pengaruh signifikan antara harga dan keputusan pembelian konsumen, terutama pada produk kuliner bomboloni di Viroso Bombolone & Donuts Sidoarjo. Namun, terdapat variasi dalam penelitian lain di mana faktor-faktor di luar harga, seperti variasi menu, dilaporkan tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen, karena aspek kesesuaian selera atau keunikan rasa lebih diutamakan. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada pengujian sensitivitas harga pada usaha mikro tradisional di lingkungan pedesaan yang memiliki karakteristik konsumen berbeda dari pengguna e-commerce atau mahasiswa konsumen urban.

Selain kualitas produk & harga, keputusan pembelian juga dipengaruhi kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merujuk pada tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian terhadap tingkat tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Dalam bisnis tahu rumahan, pelayanan mencakup keramahan penjual, kecepatan dalam menyiapkan pesanan, serta kemudahan dalam proses transaksi. Pelayanan yang baik akan menciptakan kenyamanan yang mendorong konsumen untuk kembali berbelanja, karena kinerja layanan yang optimal terbukti berkorelasi langsung dengan kepuasan dan loyalitas konsumen (Hayuningtyas et al., 2023).

Fakta yang ditemukan menunjukkan bahwa pelayanan di usaha tahu rumahan masih bersifat tradisional dan terkadang kurang responsif terhadap antrean pembeli yang datang bersamaan. Kurangnya sistem pelayanan yang terorganisir menyebabkan waktu tunggu yang lama bagi pelanggan. Ini menjadi masalah serius karena dalam teori pemasaran, pelayanan yang buruk dapat menghalangi niat beli konsumen meskipun produk yang ditawarkan berkualitas, mengingat aspek kecepatan dan keramahan merupakan pilar utama dalam pemenuhan ekspektasi konsumen (Alimansyah et al., 2022).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Hayuningtyas et al., 2023), membuktikan bahwa kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada sektor kuliner tradisional. Temuan ini diperkuat oleh (Alimansyah et al., 2022), serta (Laili & Budiarti, 2023), yang juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan variabel penting yang secara signifikan menentukan keputusan pembelian pelanggan. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada pengaturan pengintegrasian variabel kualitas pelayanan dengan kualitas produk dan harga dalam satu model analisis pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) di sektor tahu mentah, yang masih jarang diteliti secara mendalam dibandingkan dengan penelitian di kafe, restoran cepat saji, atau rumah makan modern.

Penelitian mengenai usaha tahu rumahan di desa purwodadi dipilih karena beberapa alasan utama di tengah banyaknya usaha serupa di sekitarnya. Pertama, usaha ini merupakan salah satu pelopor industri tahu di Desa Purwodadi yang memiliki hubungan historis yang kuat dengan masyarakat setempat. Namun, munculnya pesaing baru dengan strategi modern menyebabkan usaha ini mengalami fluktuasi penjualan yang cukup signifikan.

Kedua, berbeda dengan usaha lain yang mulai beralih menggunakan bahan campuran atau metode modern, usaha tahu rumahan Desa Purwodadi tetap mempertahankan keaslian produksi tradisionalnya yang berfokus pada produk tahu mentah. Karakteristik ini membuat konsumen lokal sangat peka terhadap perubahan kualitas fisik tahu (kesegaran dan tekstur), penyesuaian harga akibat meningkatnya biaya bahan baku kedelai, serta kenyamanan pelayanan tradisional yang sering kali menyebabkan antrean panjang. Oleh karena itu,

penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan solusi pemasaran yang tepat dalam menjaga keberlangsungan dan daya saing usaha mikro ini.

Secara praktis, integrasi solusi ini diharapkan dapat memberikan saran yang jelas kepada pemilik usaha untuk meningkatkan standar produksi (kualitas produk), menetapkan strategi harga yang bersaing, serta meningkatkan responsivitas layanan. Di sisi lain, secara teoretis, penelitian ini akan memperkuat model pengaruh bauran pemasaran terhadap usaha mikro di daerah pedesaan dengan menggunakan metode kuantitatif melalui analisis regresi linear berganda untuk mendapatkan data empiris yang tepat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka permasalahan yang akan dikaji dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha tahu rumahan di Desa Purwodadi?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha tahu rumahan di Desa Purwodadi?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha tahu rumahan di Desa Purwodadi?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha tahu rumahan di Desa Purwodadi?

C. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian di susun untuk memberikan arah yang jelas dalam pelaksanaan studi ini, sehingga hasil yang diperoleh dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka tujuan dari penelitian berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Tahu Rumahan Desa Purwodadi” adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha tahu rumahan di Desa Purwodadi.
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada

usaha tahu rumahan di Desa Purwodadi.

3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha tahu rumahan di Desa Purwodadi.
4. Menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha tahu rumahan di Desa Purwodadi.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berarti, baik dalam ranah pengembangan ilmu pengetahuan maupun penerapannya secara praktis dilapangan. Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Tahu Rumahan Desa Purwodadi” adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dari sisi teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu dalam bidang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat :

- a. Memberikan tambahan bukti empiris mengenai hubungan antara kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, terutama pada konteks usaha mikro di sektor pangan tradisional seperti tahu rumahan.
- b. Memperkaya referensi ilmiah bagi peneliti lain yang ingin mengkaji topik serupa, sehingga memperluas wawasan akademik tentang penerapan strategi pemasaran pada usaha kecil.
- c. Memperkuat teori-teori pemasaran yang telah ada, seperti pandangan (Tjiptono, 2015:3-6), yang menyatakan bahwa elemen-elemen dalam bauran pemasaran (*marketingmix*) memiliki peranan penting dalam memengaruhi perilaku dan keputusan pembelian konsumen.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu manajemen, khususnya dalam memahami bagaimana strategi pemasaran dapat diterapkan secara efektif pada usaha mikro di lingkungan pedesaan.

2. Manfaat Praktis

Dari sisi praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat langsung bagi berbagai pihak yang terlibat, diantaranya :

a. Bagi Pelaku Usaha Tahu Rumahan di Desa Purwodadi:

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat dan efisien. Melalui temuan penelitian ini, para pelaku usaha diharapkan dapat memahami faktor-faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat meningkatkan mutu produk, menetapkan harga yang sesuai dengan daya beli masyarakat, dan meningkatkan kualitas pelayanan secara lebih profesional dan konsisten.

b. Bagi Konsumen dan Masyarakat:

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat sebagai konsumen mengenai pentingnya mempertimbangkan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan dalam mengambil keputusan pembelian. Dengan pengetahuan ini, konsumen diharapkan menjadi lebih kritis dan bijak dalam memilih produk yang dikonsumsi.

c. Bagi Pemerintah dan Lembaga Pembina UMKM:

Temuan dari penelitian ini dapat dijadikan masukan dalam merancang kebijakan atau program pelatihan yang ditujukan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM, khususnya dibidang pemasaran. Pemerintah desa maupun lembaga ekonomi lokal dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai dasar untuk memperkuat daya saing produk unggulan daerah.

d. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya:

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau dasar bagi penelitian lanjutan yang ingin menelusuri faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian, seperti citra merek, kepuasan pelanggan, atau strategi komunikasi pemasaran. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur ilmiah serta membuka ruang bagi pengembangan riset di bidang pemasaran UMKM.

DAFTAR RUJUKAN

- Abadi, A. R., Kusumaningtyas, D., & Paramitha, D. A. (2025). Pengaruh kualitas produk, brand image , dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian warung lombok idjo kediri. *Simposium Manajemen Dan Bisnis III (SIMANIS)*, 4, 487–493.
- Ajib, A. F., Priadi, A., Sufri, M., & As'ad, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian ada Produk Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani Makassar Abstrak Pendahuluan. *PARADOKS Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5(2), 111–119.
- Alimansyah, N., Krisnawati, D., & Utomo, F. C. (2022). *Pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan burger king jatiasih*. 10(1), 1–14.
- Amalita, R., & Rahma, T. I. F. (2022). PENGARUH KEMUDAHAN, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE FACEBOOK PADA MAHASISWA/I UINSU DENGAN STRUCTURAL EQUATION MODELING. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, 9(2), 593–604.
- Amruddin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untari, I., Mujiani, S., & Wicaksono, D. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK SCARLETT DI E-COMMERCE SHOPEE. *NUSANTARA : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5), 1370–1379.
- Aryani, D. N., Manajem, Ekonomi, F., Malangkececwara, S., Terusan, J., Kalasan, C., Manajemen, P., Bisnis, F., Indonesia, U. M., Za, J., Alam, P., & Meneng, G. (2023). Pengaruh Promosi , Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Marketplace Shopee. *JEMSI(Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akutansi)*, 9(6), 2438–2443.
- Aswan, Sudarman, & Abu, I. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk makanan terhadap keputusan pembelian pada ayam bakar lunak pak manteb kota samarinda. *JURNAL Edueco*, 8(1), 48–55.
- Belvia, S., Suhendry, W., & Handayani, E. F. B. (2023). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian kue ulang tahun saltxsucre pontianak. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(1), 31–42.
- Fadhli, K., & Ibrahim, M. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di CV.Ifastore. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2), 463–471.

- Fadillah, R., Aini, A. N., & Rasyifa, N. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Warung Makan Mama Okhan (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(14), 857–864.
- Firdaus, J. E., & Cahya, S. B. (2024). PENGARUH VARIASI MENU, HARGA, DAN PROMOSI MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN BOMBOLONI (Studi di Virous Bombolone & Donuts Sidoarjo) Jessica. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(3), 316–328.
- Ghulam, R. A., & Fitri. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam BTP. *JURNAL E-BUSSINESS*, 3(2), 22–32.
- Hayuningtyas, N. P., Pramutoko, B., & N.Z, N. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan , Harga , dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Warung Pojok Jeli Tulungagung. *SAMMAJIVA : Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 1(2), 192–198.
- Ismayani, M., Arief, M. Y., & Praja, Y. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA AYAM GEPREK MBAK MIMIN DI JANGKAR DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB*, 3(10), 1940–1954.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Laili, N. P. N., & Budiarti, A. (2023). PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE GACOAN CABANG MANYAR SURABAYA. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(7), 1–14.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN Y.O.U PADA HASANAH MART AIR HAJI. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490.
- Masruroh, S. (2023). Pengaruh Digital Marketing , Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JEMSI(Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akutansi)*, 9(6), 2464–2471.
- Nika, D. G., Kamal, A. H., Wibowo, F. W., & Yunadi, A. (2025). Pengaruh Literasi Halal, Sertifikasi Halal, Ingredients , dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Food and Beverage di Kompleks Wisata Yogyakarta. *Ournal of Islamic Economic and Law*, 2(2), 44–57.

- Norjanah, D., & Anwar, A. (2025). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO CEMILLICIOUS KECAMATAN PENAJAM. *JRME: Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(1), 263–275.
- Nuryani, F. T., Nurkesuma, N., & Hadibrata, B. (2022). KORELASI KEPUTUSAN PEMBELIAN: KUALITAS PRODUK , PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462.
- Oktrichaendy, F., Pradhanawati, A., & Waloejo, H. D. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LOST IN COFFEE SEMARANG. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 452–460.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*.
- Pardede, F. H., Marpaung, N., & Siregar, onan M. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Cafe Ruang Sarca). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(6.A), 222–234.
- Putra, A. S. M., Ali, H., & Nursal, M. F. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI PEMBELIAN ULANG UMKM PECEL LELE YOPI BEKASI. *Indonesia Journal Of Economics and Strategic Management (IJESM)*, 2(1), 1221–1232.
- Rosselivia, V., & Ekowati, S. (2022). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Amelia Bakery & Cake Bengkulu). *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)*, 3(2), 99–108.
- Sandra, T. J., & Prawoto. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Konnichiwa. *JURNAL MANEKSI*, 13(2), 370–377.
- Sari, I. R., & Harti. (2021). Pengaruh kualitas produk , harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Effect of product quality , price and promotion on purchasing decisions. *Http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/AKUNTABEL Pengaruh*, 18(3), 444–451.
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Fitri, A., Kuswandi, S., Sastri, L., Falani, I., Aswan, N., Hasibuan, F. A., & Lestari, H. (2023). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Sudana, I. K., Anggreni, N. L. P. Y., & Indrawan, I. P. E. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOBER MIE SETAN (STUDY*

- KASUS KOBER MIE SETAN PEGUYANGAN*). 22(2), 555–561.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.5574445>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.).
- Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*.
- Telaumbanua, J., Telaumbanua, A., Zalukhu, Y., & Bate'e, M. M. (2025). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAHU PADA UD. TAHU MURNI. *Https://Ejournal.Uhn.Ac.Id/Index.Php/Humaniora/*, 06(01), 1–10.
- Tiara, A., Soeprajitno, E. D., & Kurniawan, R. (2024). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *Simposium Manajemen Dan Bisnis III (SIMANIS)*, 3, 1229–1236.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Penerbit ANDI.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (4th ed.). Penerbit ANDI.
- Triwijayanti, K., & Yulianto, A. E. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STREET BOBA JEMURSARI SURABAYA. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(8), 1–17.
- Wahyuningtyas, S. Z., & Habib, M. A. F. (2024). Pengaruh Lokasi , Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Ayam Geprekku Bandung Tulungagung. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 1–15.
- Wenizar, A., Agussalim, & Hadya, R. (2026). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pabrik Tahu Super Nanggalo di Kota Padang. *Ekasakti Matua Jurnal Manajemen*, 4(1), 1–11.
- Yunita, S. E., Puspasari, I. D., & Paramitha, D. A. (2024). PENGARUH HARGA, KUAITAS PRODUK, CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS GLOW KOTA NGANJUK. *Simposium Manajemen Dan Bisnis III (SIMANIS)*, 3, 308–318.
- Zuhri, M. I., & Lubis, I. (2024). Pengaruh Promosi , Harga , Kualitas Produk , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Shopeefood. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(6), 6798–6807.