

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI KEJU DI DAFA BAKERY  
KECAMATAN BARON-KABUPATEN NGANJUK**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi Sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)  
Pada Program Studi Manajemen



**Disusun Oleh :**  
**MOH. ABDUR ROCHMAN**  
**18.1.02.02.0101**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI BISNIS**  
**UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

**2022**

**Skripsi Oleh :**

**MOH. ABDUR ROCHMAN**

NPM:18.1.02.02.0101

Judul :

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI KEJU DI DAFA BAKERY  
KECAMATAN BARON-KABUPATEN NGANJUK**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada  
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal : 30 Juni 2022

**Dosen Pembimbing I**



**DIAN KUSUMANINGTYAS, M.M.**

**NIDN. 0703108302**

**Dosen Pembimbing II**



**M. ZUHDI SASONGKO, M.MT.**

**NIDN. 0709097606**

**Skripsi oleh :**

**MOH. ABDUR ROCHMAN**  
NPM:18.1.02.02.0101

**Judul :**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI KEJU DI DAFA BAKERY  
KECAMATAN BARON-KABUPATEN NGANJUK**

Telah dipertahankan didepan Panitia Ujian/Sidang Skripsi  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri  
Pada Tanggal: \_\_\_\_\_

**Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan**

Panitia Ujian:

1. Ketua : Dian Kusumaningtyas, M.M.
2. Penguji 1 : Sigit Wisnu Setya B., M.M.
3. Penguji 2 : M. Zubdi Sasongko, M.M.T.



Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Moh. Abdur Rochman  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Tempat/tgl. lahir : Nganjuk, 21 Agustus 1999  
NPM : 18.1.02.02.0101  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis di acu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 12 Juli 2022  
Yang Menyatakan



**MOH. ABDUR ROCHMAN**  
**NPM: 18.1.02.02.0101**

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“Jangan Mundur Sebelum Mencoba, Beban Berat Itu Ada Pada Pikiran. Coba Dulu  
Nanti Akan Terbiasa.

**“TIADA KEMENANGAN TANPA PERTOLONGAN ALLAH SWT.”**

**~MOH. ABDUR ROCHMAN 2022~**

### **PERSEMBAHAN**

Dengan rasa syukur yang mendalam, dengan telah diselesaikannya Skripsi ini Penulis mempersembahkan kepada :

1. Kedua Orang Tua yang telah banyak berjasa dalam hidup saya, selalu memberikan semangat untuk tetap menuntut ilmu dan selalu memberikan motivasi untuk menyelesaikan Skripsi ini, Semoga dengan selesainya Skripsi saya ini bisa membuat Kedua Orang Tua saya menjadi senang dan bangga.
2. Saudara-saudara saya dan keluarga besar yang selalu membantu dan mendukung secara materi maupun dukungan moril dalam penyelesaian Skripsi saya, Mudah-mudahan semuanya selalu dalam ridho dan rahmat Allah SWT.
3. Dosen-dosen Universitas Nusantara PGRI Kediri, khususnya pada pembimbing yang telah memberikan pengarahan, inspirasi dan motivasi kepada saya.
4. Teman-teman dan sahabat yang namanya tidak saya sebutkan satu persatu yang selalu memberikan dukungan moril atas terselesaikannya penulisan Skripsi ini, semoga selalu diberikan ridho dan rahmat oleh Tuhan Yang Maha Esa.

## **ABSTRAK**

**Moh. Abdur Rochman** : Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Roti Keju Di Dafa Bakery.  
Skripsi, Manajemen, FEB Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2022.

**Kata kunci** : Citra Merek, Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui secara parsial dan simultan antara citra merek, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada produk Dafa bakery. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik deskriptif. Pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner. Populasi yang digunakan adalah pembeli produk Dafa Bakery. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 71 responden. Dianalisis menggunakan regresi linier berganda menggunakan software SPSS Statistics 25. Hasil dalam penelitian ini yaitu terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara citra merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada produk Dafa Bakery. Serta tidak berpengaruh secara parsial antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada produk Dafa Bakery dan terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara citra merek, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan. Hasil kebaruan penelitian ini variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian adalah citra merek.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan karya ilmiah ini dapat diselesaikan. Penyusunan karya ilmiah ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan kuliah 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 Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Bapak Dr. Subagyo, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, S.E., M.M. selaku Kaprodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Dian Kusumaningtyas, M.M. Selaku Dosen Pembeimbing 1 yang memberikan banyak motivasi, nasihat dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. M. Zuhdi Sasongko, M.MT. Selaku Dosen Pembimbing 2 ang memberikan banyak motivasi, nasihat dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Kedua Orang Tua dan keluarga tersayang yang telah mendoakan dan memberikan dukungan baik secara moril maupun materil dalam penyelesaian skripsi ini.

7. Teman-teman yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
8. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada pihak – pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan karya ilmiah ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan, maka penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak yang bersifat membangun, guna kesempurnaan dimasa mendatang dan pengembangan ilmu pengetahuan.

Kediri, 12 Juli 2022



**MOH. ABDUR ROCHMAN**  
**NPM: 18.1.02.02.0101**



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I : PENDAHULUAN.....	16
A.    Latar Belakang Masalah.....	16
B.    Identifikasi Masalah .....	21
C.    Pembatasan Masalah .....	22
D.    Rumusan Masalah .....	22
E.    Tujuan penelitian .....	23
F.    Manfaat Penelitian .....	23
BAB II : KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A.    Kajian Teori.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.    Keputusan Pembelian (Y) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.	Citra Merek (X1) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.	Harga (X2).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.	Kualitas Pelayanan (X3).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B.	Penelitian Terdahulu.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C.	Kerangka Berpikir .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D.	Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III : METODE PENELITIAN .....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A.	Variabel Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.	Identifikasi Variabel Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.	Definisi Operasional Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B.	Pendekatan dan Teknik Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.	Pendekatan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.	Teknik Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C.	Tempat dan Waktu Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.	Tempat Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.	Waktu Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D.	Populasi dan Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.	Populasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.	Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
E.	Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>defined.</b>		
1.	Pengembangan Instrumen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.	Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

- F. Teknik Pengumpulan Data..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 1. Sumber dan Langkah-Langkah Pengumpulan Data**Error! Bookmark not defined.**
  - 2. Langkah-Langkah Pengumpulan Data ..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 3. Studi Kepustakaan ..... **Error! Bookmark not defined.**
- G. Teknik Analisa Data ..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 1. Uji Asumsi Klasik ..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 2. Analisis Regresi Linier Berganda..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 3. Koefisien Determinasi (*adjusted R<sup>2</sup>*)..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 4. Uji Hipotesis ..... **Error! Bookmark not defined.**

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN****Error! Bookmark not defined.**

- A. Gambaran Umum Objek Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 1. Sejarah Perusahaan..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 2. Tujuan Perusahaan..... **Error! Bookmark not defined.**
- B. Deskripsi Data Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 1. Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian**Error! Bookmark not defined.**
  - 2. Deskripsi Data Variabel Citra Merek ..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 3. Deskripsi Data Variabel Harga..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 4. Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan **Error! Bookmark not defined.**
- C. Analisis Data ..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 1. Uji Asumsi Klasik ..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 2. Analisis Regresi Linier Berganda..... **Error! Bookmark not defined.**

3. Uji Koeisien Determinasi ( <i>Adjust R<sup>2</sup></i> ).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Pembahasan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB V : PENUTUP .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Kesimpulan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Implikasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Saran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR PUSTAKA .....	80
LAMPIRAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.1 Waktu Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.5 Skor Jawaban Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.1 Karakteristik Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.3 Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.4 Deskripsi Data Variabel Citra Merek.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.5 Deskripsi Data Variabel Harga .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.6 Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.9 Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( <i>Adjust R<sup>2</sup></i> ).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

Tabel 4.11 Hasil Uji-t (Uji Parsial)..... **Error! Bookmark not defined.**  
Tabel 4.12 Kesimpulan Hasil Uji-t (Uji Parsial)..... **Error! Bookmark not defined.**  
Tabel 4.13 Hasil Uji-f (Uji Simultan) ..... **Error! Bookmark not defined.**

### DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual ..... **Error! Bookmark not defined.**  
Gambar 4.1 Grafik Uji Normalitas ..... **Error! Bookmark not defined.**  
Gambar 4.2 Grafik Uji Heteroskedastisitas ..... **Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pengajuan Judul..... **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 2 Instrumen Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 3 Data Penelitian Jenis Kelamin dan Usia.. **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 4 Data Penelitian Keputusan Pembelian (Y)**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 5 Data Penelitian Citra Merek (X1)..... **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 6 Data Penelitian Harga (X2) ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 7 Data Penelitian Kualitas Pelayanan (X3) **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 8 Output Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 9 Output Uji Validitas Variabel Citra Merek (X1)**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 10 Output Uji Validitas Variabel Harga (X2)**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 11 Output Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3) .....**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 12 Output Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 13 Output Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X1)**Error! Bookmark not defined.**

Lampiran 14 Output Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2)**Error! Bookmark not defined.**

Lampiran 15 Output Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....**Error! Bookmark not defined.**

Lampiran 16 Output SPSS Statistika Deskriptif ..... **Error! Bookmark not defined.**

Lampiran 17 Surat Ijin Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

Lampiran 18 Berita Acara Kemajuan Bimbingan Skripsi**Error! Bookmark not defined.**

Lampiran 19 Foto Produk ..... **Error! Bookmark not defined.**



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Daerah Baron-Nganjuk terdapat banyak perusahaan yang bergerak dalam bidang roti, hal ini dilihat dengan banyaknya merek-merek roti yang beredar baik di swalayan maupun warung-warung dan toko roti lokal. Perkembangan bisnis membuat para perusahaan membuat produk yang inovasi dan kreatif untuk menarik para konsumen dalam menghadapi persaingan bisnis. Adapun merek-merek roti yang cukup dikenal oleh masyarakat antara lain Sari Roti, AR Bakery, Bayu Bagus Bakery, Roti Pia Basah dan Roti Keju. Salah satu perusahaan roti di Baron-Nganjuk yang mampu bersaing dengan merek-merek lokal maupun asing seperti Aneka Roti Keju.

Roti Keju ini berbeda dengan roti lainnya, selain kemasan yang simpel, pilihan produk pada Aneka Roti Keju pun banyak dan perusahaan Aneka Roti Keju menjual produknya hanya digerai tokonya saja dengan konsep berbeda dibandingkan merek roti lain pada umumnya, dengan memperhatikan penampilan toko yang dirancang terlihat eksklusif serta menjadi toko roti pertama yang memperhatikan dapur pembuatan roti kepada para pengunjungnya melalui kaca transparan dengan begitu Aneka Roti Keju mampu membangun citra merek yang bagus dimata konsumen akan kualitas produknya dan diharapkan mampu bersaing dan menjadi toko roti yang mampu menarik

konsumen untuk melakukan pembelian pada produknya. Sifat konsumen yang lebih selektif dalam menentukan pilihannya membuat perusahaan berkompetisi untuk memberikan suatu yang sesuai kebutuhan dan keinginan calon pembelinya. Membenahi, berinovasi, dan mendengarkan apa yang dikatakan konsumen menjadi kunci keberhasilan suatu produk roti keju ini yang sedang dikembangkan oleh Dafa Bakery.

Perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik konsumen saja tetapi juga dapat dipengaruhi oleh bauran pemasaran yang mencakup citra merek pada sebuah produk, harga, distribusi dalam pelayanan dan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan itu sendiri. Konsumen yang memiliki citra positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian. Implikasi dari hal tersebut menjadikan merek suatu produk menciptakan image dari produk itu sendiri dari benak konsumen dan menjadikan motivasi dasar bagi konsumen dalam memilih suatu produk. Citra merupakan keseluruhan persepsi terhadap produk atau merek yang dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap produk atau merek itu (Dwi Sulichantini et al., 2014).

Faktor penting yang dapat membuat konsumen mengeluarkan keputusan untuk mengkonsumsi bahkan sampai kepada tahap loyalitas didalam menggunakan suatu merek produk tertentu adalah citra yang baik, karena citra merek mempengaruhi hubungan emosional antara konsumen dengan suatu merek, sehingga merek yang penawarannya sesuai dengan kebutuhan akan

terpilih untuk dikonsumsi. Citra merek pada sebuah produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena semakin baik sebuah citra merek semakin tinggi tingkat keputusan pembelian yang berlanjut. Citra merek yang baik mendorong banyak konsumen untuk membeli suatu produk sehingga banyak konsumen yang melakukan pembelian produk ini dikarenakan citra merek yang baik. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Prasetya, 2014) mengatakan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan citra merek yang baik, maka dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk tersebut. Konsumen lebih sering membeli produk dengan merek yang terkenal karena mereka merasa lebih nyaman dengan hal-hal yang sudah dikenal, dan adanya asumsi bahwa merek yang terkenal lebih dapat diandalkan, selalu tersedia dan mudah dicari, dan memiliki kualitas yang sudah tidak diragukan. Sehingga merek yang lebih dikenal lebih sering dipilih konsumen dibandingkan merek yang belum dikenal. (Purwanto & Risaputro, 2021).

Perusahaan yang menjual produknya kepada konsumen harus menetapkan pula harga yang terjangkau bagi konsumen, karena harga merupakan hal penting juga yang dipikirkan konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk atau barang. Selain itu harga merupakan salah satu keberhasilan penting dari perusahaan, karena harga menentukan berapa laba akan diperoleh oleh perusahaan dari penjualan produk dalam bentuk barang atau jasa. Tentukan harganya terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun, tetapi jika

harganya terlalu rendah akan mengurangi manfaat yang akan diperoleh. Dalam pengolahan kognitif informasi harga, konsumen bias membandingkan antara harga yang dinyatakan dengan sebuah harga atau kisaran harga yang mereka bayangkan atas produk tersebut.

Harga yang ada dipikiran sebagai bahan melakukan perbandingan tersebut disebut harga acuan internal. Harga acuan internal adalah harga yang dianggap pantas oleh konsumen, harga yang telah ada secara historis atau yang dibayangkan konsumen sebagai harga pasar yang tinggi atau rendah (Koziol et al., 2016). Harga produk adalah salah satu elemen dalam bauran pemasaran dalam menghasilkan penjualan pendapatan, sedangkan elemen lain dari campuran itu menghasilkan biaya. Konsumen biasanya tidak mengevaluasi harga pasti (*exact price*) dari suatu produk ketika hendak melakukan pembelian, namun mereka mempersepsikan harga produk tersebut sebagai suatu harga yang murah, masuk akal (*reasonable*), atau mahal berdasarkan internal *reference price* mereka (Koziol et al., 2016) Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk.

Semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah keputusan pembelian semakin tinggi dikarenakan konsumen sendiri memiliki persepsi mengenai harga, bahwa semakin tinggi harga suatu produk makin tinggi pula kualitas produ. Hal tersebut terjadi ketika konsumen tidak memiliki petunjuk lain dari kualitas produk selain harga. Harga

(*price*) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga dapat menimbulkan persepsi terhadap kualitas produk atau jasa yang diberikan, semakin tinggi harga yang dipatok oleh 5 perusahaan semakin tinggi juga kualitas produk atau jasa yang akan didapatkan oleh para konsumen tersebut. (Septiani & Prambudi, 2021).

Konsumen dalam memutuskan pembelian pada sebuah produk juga dilihat dari seberapa baiknya kualitas pelayanan yang diberikan sebuah perusahaan kepada para pelanggannya. Dalam hal ini kualitas pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau kinerja apapun yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada yang lain. Layanan yang diberikan bertujuan memberikan respon positif bagi konsumen yang datang dan akan melakukan pembelian dapat merasa puas dan nyaman sehingga memberikan kesan yang baik dimata para konsumen terhadap perusahaan atau produk yang hendak dibelinya.

Menurut Kotler (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantikan akan menjadi pelanggan setia. Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu alat untuk untuk mencapai keunggulan kompetitif karena kualitas pelayanan merupakan faktor utama menentukan

pemilihan produk bagi konsumen. Menurut Goetsch & Tolera (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen. (Saputra & Ardani, 2020).

Kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas pelayanan yang diberikan oleh Dafa Bakery sesuai kebutuhan konsumen, kualitas pelayanan yang baik merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, maka peneliti mencoba meneliti hal yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan mengajukan judul penelitian **“PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI KEJU DI DAFA BAKERY KECAMATAN BARON-KABUPATEN NGANJUK”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Permasalahan dalam penelitian yang penulis pilih, dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Terdapat usaha sejenis dalam wilayah yang sama menimbulkan semakin ketatnya persaingan.
2. Kompetisi harga dengan pesaing usaha sejenis.

3. Tingginya kompetisi citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen antar pesaing usaha sejenis.

### **C. Pembatasan Masalah**

Agar penelitian dapat dilakukan lebih fokus dan mendetail maka penulis melihat permasalahan yang ada diangkat perlu adanya pembatasan variabel. Oleh karena itu, penelitian ini dibatasi pada Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian roti keju di Dafa Bakery Kecamatan Baron – Kabupaten Nganjuk.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh antara citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk Roti Keju di Dafa Bakery?
2. Bagaimana pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian pada produk Roti Keju di Dafa Bakery?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada produk Roti Keju di Dafa Bakery?
4. Bagaimana citra merek, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada produk Roti Keju Dafa Bakery?

### **E. Tujuan penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk Roti Keju di Dafa Bakery.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk Roti Keju di Dafa Bakery.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada produk Roti Keju di Dafa Bakery.
4. Untuk menganalisis pengaruh citra merek, harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Roti Keju di Dafa Bakery.

### **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian karya ilmiah ini diharapkan akan memberi manfaat kegunaan secara teoritis dan priktis kepada untuk berbagai pihak yang membaca :

1. Manfaat Teoritis, semoga hasil kesimpulan daripada penelitian karya ilmiah ini akan menjadi sarana pengembangan teori ilmu pengetahuan yang dimiliki dalam manajemen pemasaran yang selama ini diperoleh dibangku kuliah untuk kemudian diterapkan pada dunia kerja.



2. Manfaat Praktis, semoga hasil penelitian karya ilmiah akan menjadi bahan pertimbangan bagi para halayak yang membaca hasil karya ilmiah ini.

**1. Bagi penulis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis tentang citra merek, harga, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada suatu produk.

**2. Bagi peneliti selanjutnya**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian bagi yang ingin melanjutkan penelitian ini.

**3. Bagi perusahaan**

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi perusahaan dalam melakukan evaluasi dan dapat memberikan masukan dalam menyempurnakan strategi pemasaran agar dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Tunis dan Martina, (2016). Pariwisata, Vol. III No. 1 April 2016. (*Tunis dan Martina, 2016*)., *III*(1), 60–72.
- Abdullah, T., & F. Tantri. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Ahmad, D. R., & Momani. (2015). *The Impact of Brand Dimension on the Purchasing Decision Making of the Jordanian Consumer for Shopping Goods. International Journal of Business and Social Science* (Vol. 6 No.).
- Alfa Nurrahman dan Imroatul Khasanah (2017). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*. 549, 40–42.
- Amrullah, Siburian, P. S., & ZA, S. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 13(2), 99–118.
- Auliannisa Gifani, & Syahputra. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Bisnis dan Iptek*, 10(2), 84. [www.gadget.bisnis.com](http://www.gadget.bisnis.com)
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.
- Budiharja, R. & G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua*, 8(2), 92–121.
- Dewi, F., Rahayu, L., & Safitri, U. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada CV. XP Computer, Boyolali). *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 8(1), 14–24. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i1.262>
- Dwi Sulichantini, E., Sutisna, M., Sukartiningsih, S., & Rusdiansyah, R. (2014). Clonal Propagation of Two Clones Eucalyptus Pellita F. Muell By Mini-Cutting. *International Journal of Science and Engineering*, 6(2), 117–121. <https://doi.org/10.12777/ijse.6.2.117-121>

- Erlangga, H., Nurjaya, N., Sunarsi, D., Mas'adi, M., & Jasmani, J. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Di PT Panca Sakti Perkasa Di Bintaro*. 1(2).
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4: A).
- Fransiska Vania Sudjatmika. (2017). *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com*. 5(1).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (8 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018a). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018b). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goetsch, A. L., & Tolera, A. (2019). Quality of Water from Rift Valley Lakes of Ethiopia for Livestock Drinking. *African Journal of Veterinary and Animal Sciences*, 3(1), 9–16.
- Heri Diyan KurniawanAlumni. (2018). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. 7(2), 44–68.
- Kotler. (2019). *Social Marketing: Behavior Change for Social Good*.
- Kotler, & Amstrong. (2016a). *dasar dasar pemasaran* (Erlangga (ed.); edisi kese). p125.
- Kotler, & Amstrong. (2016b). *Marketing Management* (person edu).
- Kotler, & Amstrong, G. (2016c). *Dasar-dasar Pemasaran* (Erlangga (ed.); Edisi Kese). p125.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *Manajemen Pemasaran* (12 ed.). PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing Management* (Pearson Pretice Hall

(ed.); Edition Ne). Inc.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016c). *Marketing Management* (15th Editi). Pearson Education.

Koziol, U., Jarero, F., Olson, P. D., & Brehm, K. (2016). Comparative analysis of Wnt expression identifies a highly conserved developmental transition in flatworms. *BMC Biology*, *14*(1), 1–16. <https://doi.org/10.1186/s12915-016-0233-x>

Lubis. (2017). *Cara Mudah Menyusun Laporan Keuangan Perusahaan Jasa*. CV. Andi Offset.

Mulya Firdausy, C., & Idawati, R. (2017). Effects of Service Quality, Price and Promotion on Customers' Purchase Decision of Traveloka Online Airline Tickets in Jakarta, Indonesia. *International Journal of Management Science and Business Administration*, *3*(2), 42–49. <https://doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.32.1004>

Nikmatur, & Ridha. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, *14*(1), 63.

Novalia, I. C., & Muhtarom, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cv. Boga Lestari. *Jurnal Ekonomi Mahasiswa (JEKMA)*, *Volume 1*(No.1), 1–13.

Prasetya, C. (2014). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Serta Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli Sepeda Motor Honda Vario pada PT Sumber Purnama Sakti di Kabupaten Gresik). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, *15*(2), 84754.

Pratisti, Wiwin Dinarti Pratisti. Yuwono, S. (2018). *Psikologi Eksperimen Konsep, Teori dan Aplikasi*. Muhamadiyah University Press.

Priyatno, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS Praktis dan Mudah Dipahami untuk Tingkat Pemula dan Menengah*. Gava Media.

Purwanto, A. B., & Risaputro, H. B. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Harga,

- Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Sari Roti di Kota Semarang). *Riset, Ekonomi, Akuntansi dan Perpajakan (Rekan)*, 2(1), 77–88. <https://doi.org/10.30812/rekan.v2i1.1120>
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*, 8(2), 92–121.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- Sari, & Nuvriasari. (2018). *Eiger ( Kajian Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta )*. 3(2), 73–83.
- Septiani, S., & Prambudi, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 14(2), 153–168. <https://doi.org/10.35508/jom.v14i2.4747>
- Sherlin, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa Stie Sakti Alam Kerinci). *Jurnal Benefita*, 2(2), 141–149. <https://doi.org/10.22216/jbe.v2i2.719>
- sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Alfabeta).
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT. Alfabeta.

- Sugiyono. (2017c). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, & Wiratna, V. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Supriyadi, Fristin, Y., & Indra, G. (2020). Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 1–10.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(1), 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Susilawati, E., & Wahdiniwaty, R. . (2015). Pengaruh Kepribadian Dan Harga Terhadap Impulse Buying Di Toko Buku Bandung Book Center Pada Produk Novel Wilayah Bandung. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen UNIKOM*, 01(01), 12–24.
- Thompson. (2016). *Manajemen Pemasaran* (edisi 12 J). PT. Indeks.
- Ulva Anastasia dan Yulia Nurendah. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.