

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PT. PUTRA CAHAYA
MAKMUR PLASINDO**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen



OLEH :

YOGA FERY EFENDI
NPM: 17.1.02.02.0106

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2022**

Skripsi oleh:

YOGA FERY EFENDI
NPM: 17.1.02.02.0106

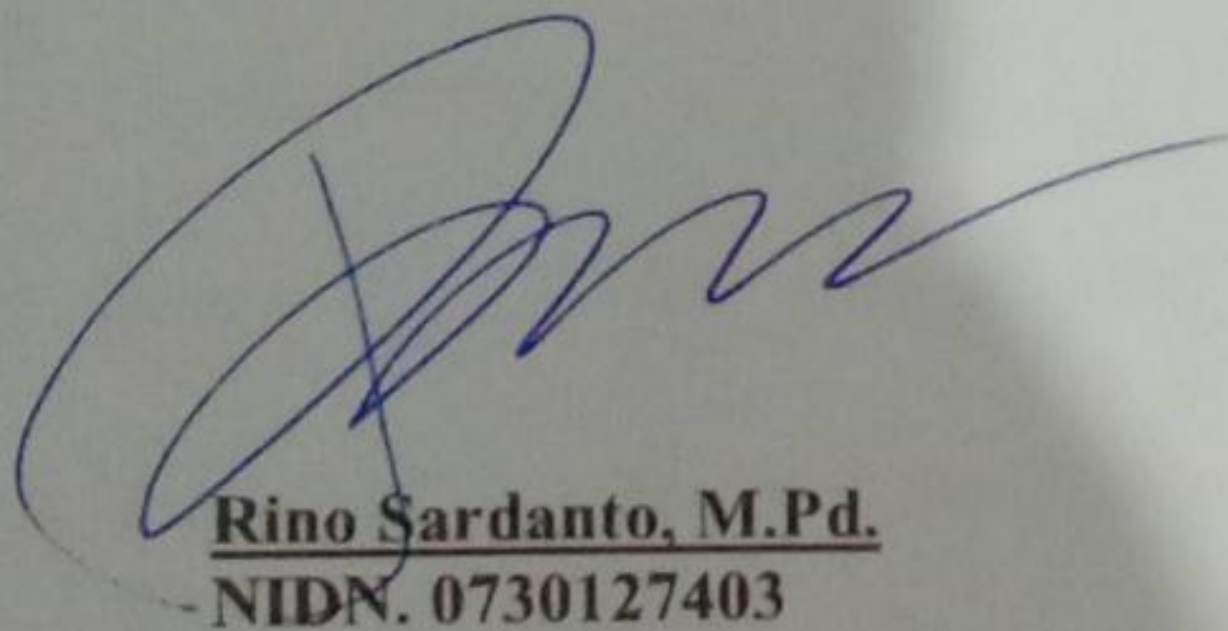
Judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PT. PUTRA CAHAYA
MAKMUR PLASINDO**

Telah disetujui untuk diajukan kepada
Panitia Sidang Skripsi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
UNP Kediri

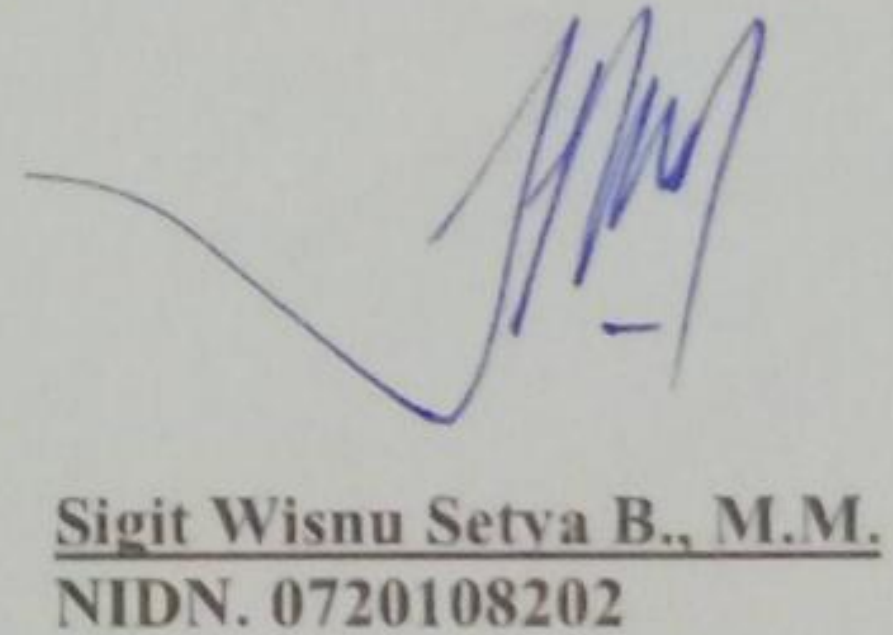
Tanggal : 7 Juli 2022

Dosen Pembimbing I



Rino Sardanto, M.Pd.
NIDN. 0730127403

Dosen Pembimbing II



Sigit Wisnu Setva B., M.M.
NIDN. 0720108202

Skripsi oleh:

YOGA FERY EFENDI
NPM: 17.1.02.02.0106

Judul:

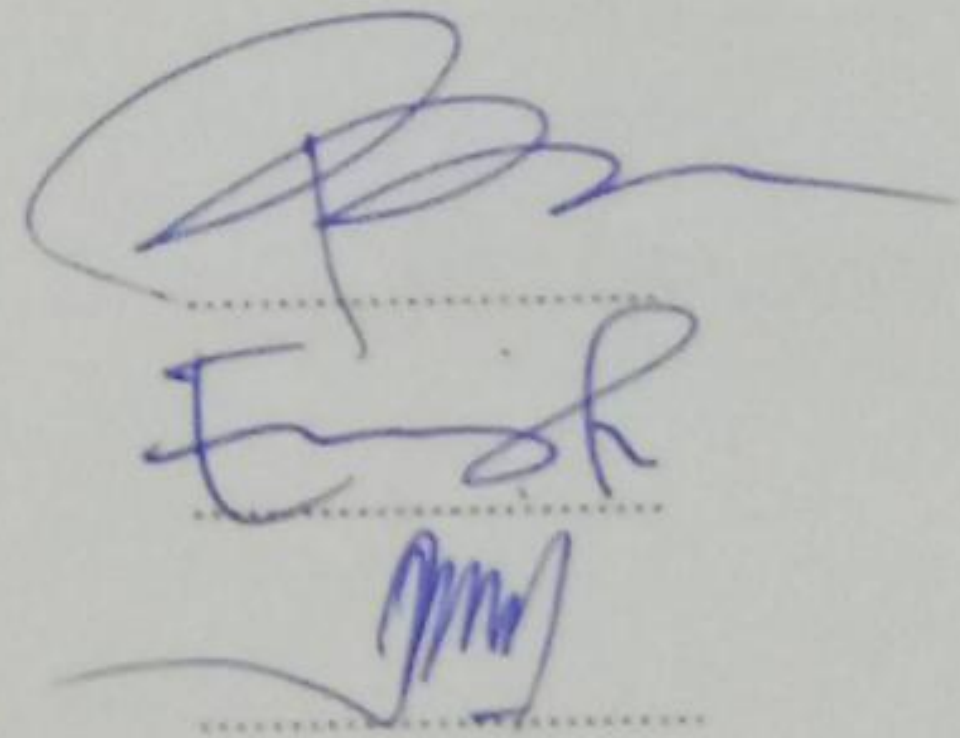
**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PT. PUTRA CAHAYA
MAKMUR PLASINDO**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri
Pada tanggal 21 Juli 2022

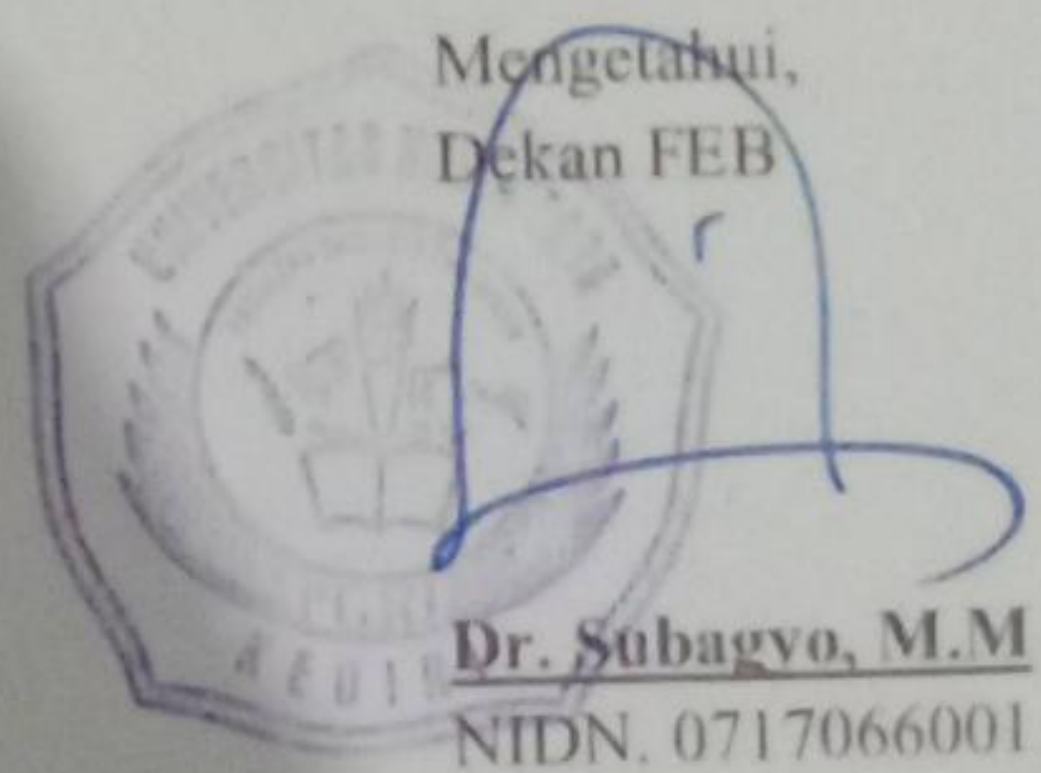
Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Rino Sardanto, M.Pd.
2. Penguji I : Ema Nurzainul Hakimah, M.M.
3. Penguji II : Sigit Wisnu Setya B, M.M.



Mengetahui,
Dekan FEB



Dr. Subagyo, M.M
NIDN. 0717066001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Yoga Fery Efendi
Jenis Kelamin : Laki-Laki
NPM : 17.1.02.02.0106
Fak/Jur/Prodi : Ekonomi dan Bisnis / 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 diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 17 Juli 2022
Yang Menyatakan




Yoga Fery Efendi
NPM: 17.1.02.02.0106

MOTTO

“Ambilah Kebajikan dari Apa yang Dikatakan, Jangan Melihat Siapa yang Mengatakannya”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

-  Kedua Orang Tuaku.
-  Keluarga Besarku.
-  Almamater Universitas Nusantara PGRI Kediri.

ABSTRAK

Yoga Fery Efendi: Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian PT. Putra Cahaya Makmur Plasindo, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2022.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan secara parsial dan simultan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian PT. Putra Cahaya Makmur Plasindo. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik penelitian bersifat kausal. Pengumpulan datanya dengan menyebar kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen PT. Putra Cahaya Makmur Plasindo. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software SPSS for windows versi 23*. Simpulan dari penelitian ini adalah (1) Kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian PT. Putra Cahaya Makmur Plasindo. (2) Harga berpengaruh negatif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian PT. Putra Cahaya Makmur Plasindo. (3) Kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian PT. Putra Cahaya Makmur Plasindo.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur hanya bagi Tuhan YME oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan, dan kasih setia yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penyusunan skripsi ini merupakan tugas akhir dari peneliti yang disusun sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M). Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa sejak awal hingga terselesainya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya dan tentunya tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Zaenal Affandi selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Subagyo, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Rino Sardanto, M.Pd selaku Dosen Pembimbing I yang telah rela meluangkan waktu dan bimbingan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi
5. Sigit Wisnu Setya B., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah rela meluangkan waktu dan bimbingan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Program Studi Manajemen
7. Almamaterku Universitas Nusantara PGRI Kediri
8. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan.

Demikian semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang berkepentingan.

Kediri, Juli 2022

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Pembatasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan.....	5
F. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teori.....	7
1. Kualitas Produk.....	7
2. Harga.....	11
3. Keputusan Pembelian.....	16
B. Penelitian Terdahulu.....	23
C. Kerangka Berpikir.....	27
D. Kerangka Konsep.....	29
E. Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Variabel Penelitian.....	32
1. Identifikasi Variabel Penelitian.....	32
2. Definisi Operasional Variabel.....	32
B. Teknik dan Pendekatan Penelitian.....	35

1. Teknik Penelitian	35
2. Pendekatan Penelitian	35
C. Tempat dan Waktu Penelitian	36
1. Tempat Penelitian	36
2. Waktu Penelitian	36
D. Populasi dan Sampel	36
1. Populasi	36
2. Sampel.....	36
E. Instrumen Penelitian.....	37
1. Pengembangan Instrumen Penelitian	37
2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	39
F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	43
1. Sumber Data.....	43
2. Langkah-Langkah Pengumpulan Data.....	43
G. Teknik Analisis Data.....	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	51
1. Sejarah Singkat Perusahaan	51
2. Letak Geografis	52
3. Karakteristik Responden	52
B. Deskripsi Data Variabel Penelitian	53
C. Analisis Data	59
1. Uji Asumsi Klasik.....	60
2. Analisis Regresi Linier Berganda	65
3. Uji Koefisien Determinasi.....	66
D. Uji Hipotesis.....	68
1. Uji t	68
2. Uji F	69
E. Pembahasan.....	70

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	73
B. Saran.....	73
Daftar Pustaka	75
Lampiran-lampiran.....	

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu	24
3.1	Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	38
3.2	Pedoman Pemberian Skor	39
3.3	Hasil Uji Coba Validitas	41
3.4	Hasil Uji Coba Reliabilitas	42
4.1	Jenis Kelamin Responden	52
4.2	Usia Responden	53
4.3	Deskripsi Data Variabel Kualitas Produk	54
4.4	Deskripsi Data Variabel Harga	56
4.5	Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian	57
4.6	Hasil Uji Multikolienaritas	62
4.7	Hasil Uji Autokorelasi	63
4.8	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
4.9	Hasil Adjusted R ²	67
4.10	Hasil Uji t.....	68
4.11	Hasil Uji F.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Tahap pengambilan Keputusan.....	17
2.2 Kerangka Konsep Penelitian.....	30
4.1 Lokasi Perusahaan	52
4.2 Normal Probability Plot	61
4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	64

LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Penelitian	77
2. Tabulasi Data Penelitian	80
3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	83
4. Surat Pengantar Penelitian	
5. Surat Balasan Penelitian.....	
6. Kartu Bimbingan.....	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Adanya wabah pandemi corona atau Covid-19, industri perusahaan plastik diperkirakan tumbuh bisnisnya mampu bergerak di kisaran 4%. Saat ini, penjualan industri plastik masih ditopang oleh produk plastik kemasan makanan olahan (Yunianto, 2020). Industri manufaktur sangat membutuhkan produk plastik, hal ini dikarenakan plastik merupakan produk serbaguna dan memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Dukungan ilmu pengetahuan dan teknologi ikut serta diperlukan dalam pengolahan plastik terutama pemanfaatan dan pengolahan *polymer*, sehingga dapat memproduksi plastik dengan kualitas terbaik dan memiliki harga jual yang kompeten.

Keputusan pembelian merupakan keputusan yang ditentukan oleh para konsumen untuk membeli suatu produk tertentu setelah melewati tahap-tahap hingga memutuskan untuk memilih atau membeli suatu produk. Selain itu, keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya (Assauri, 2017:141). Oleh karena itu, keputusan pembelian tidak terlepas dari faktor-faktor seperti halnya kualitas produk dan harga yang membentuk perasaan ingin membeli maupun tidak ingin membeli seorang konsumen. Pada beberapa temuan penelitian, kualitas produk dan harga menjadi aspek yang diperhatikan dan menjadi bahan pertimbangan penting

perusahaan dalam menentukan strategi pemasarannya (Anggraini et al., 2020; Haque, 2020; Junaidi, 2020; Ningrum & Maddinsyah, 2021; Pradnyadewi & Sujadi, 2020; Putranto & Kartoni, 2020; Silfanni et al., 2019; Suwanto, 2021).

Kualitas produk berperan penting untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Konsumen akan membeli produk bila merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan atau kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau keinginan konsumen. Kualitas produk merupakan seluruh gabungan karakteristik produk dari pemasaran, rekayasa (perencanaan), pembuatan (produk) dan pemeliharaan yang membuat produk yang digunakan memenuhi harapan-harapan pelanggan (Marwanto, 2015:153). Terbukti dalam penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Anggraini et al., 2020; Haque, 2020; Junaidi, 2020; Ningrum & Maddinsyah, 2021; Pradnyadewi & Sujadi, 2020; Putranto & Kartoni, 2020; Silfanni et al., 2019).

Peran penting dari harga adalah bentuk pengorbanan dari seorang konsumen terhadap apa yang akan dikonsumsi, oleh karena itu jika harga yang ditawarkan perusahaan relatif terjangkau, maka konsumen akan lebih mudah untuk memenuhi kebutuhannya dan mengambil keputusan untuk membeli. Harga (*price*) adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu (Sudaryono, 2016:216). Dalam hal untuk memunculkan keinginan membeli

dari konsumen, harga dapat menjadi acuan pertama yang dipertimbangkan oleh konsumen. Terbukti pada penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Anggraini et al., 2020; Haque, 2020; Junaidi, 2020; Ningrum & Maddinsyah, 2021; Pradnyadewi & Sujadi, 2020; Putranto & Kartoni, 2020; Suwanto, 2021).

Sebagai salah satu perusahaan plastik di Sidoarjo-Jawa Timur, PT. Putra Cahaya Makmur Plasindo merupakan salah satu perusahaan yang termasuk dalam kategori perusahaan menengah. Berdasarkan pengamatan peneliti, hal yang menyebabkan rendahnya keputusan pembelian konsumen dikarenakan oleh sulitnya mencari bahan baku, sehingga kualitas produk biji plastik yang dibutuhkan konsumen tidak selalu tersedia dan harga biji plastik cenderung fluktuatif. Sehingga, dengan adanya masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian PT. Putra Cahaya Makmur Plasindo”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diketahui tentang identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Rendahnya keputusan pembelian konsumen PT. Putra Cahaya Makmur Plasindo.
2. Kualitas produk biji plastik PT. Putra Cahaya Makmur Plasindo yang dibutuhkan konsumen tidak selalu tersedia.

3. Harga biji plastik cenderung fluktuatif.

C. Pembatasan Masalah

Agar pembahasan masalah jelas dan terarah, maka perlu dijelaskan pembatasan ruang lingkup permasalahannya sehingga kemungkinan terjadinya penyimpangan terhadap masalah dapat dihindari. Berikut pembatasan masalah dalam penelitian ini:

1. Penelitian dilakukan pada konsumen PT. Putra Cahaya Makmur Plasindo.
2. Variabel penelitian ini adalah kualitas produk, harga dan keputusan pembelian.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan sebelumnya, maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian PT. Putra Cahaya Makmur Plasindo?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian PT. Putra Cahaya Makmur Plasindo?
3. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian PT. Putra Cahaya Makmur Plasindo?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan secara parsial kualitas produk terhadap keputusan pembelian PT. Putra Cahaya Makmur Plasindo.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan secara parsial harga terhadap keputusan pembelian PT. Putra Cahaya Makmur Plasindo.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan secara simultan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian PT. Putra Cahaya Makmur Plasindo.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat/kegunaan, antara lain:

1. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu masukan guna meningkatkan penjualan dengan memperhatikan keputusan pembelian konsumen melalui harga yang lebih murah dibandingkan kompetitor dengan kualitas produk yang sesuai harapan konsumen.

b. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah pengetahuan atau pengembangan bagi peneliti yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama.

2. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan tentang penerapan teori manajemen pemasaran, khususnya aspek keputusan pembelian.