

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, CITRA MEREK
DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI TOKO PEMPEK CANDY
KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI

STIE MDP



Disusun Oleh:

KEVIN BUNNIADY

1620200028

**STIE MULTI DATA PALEMBANG
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PALEMBANG
2020**

STIE MULTI DATA PALEMBANG

Program Studi Manajemen
Skripsi Sarjana Ekonomi
Semester Genap Tahun 2019/2020

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, CITRA MEREK, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO PEMPEK CANDY DI KOTA PALEMBANG

Kevin Bunniady

1620200028

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini (1) Untuk menganalisis pengaruh faktor kualitas produk, harga, citra merek dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko Pempek Candy di Kota Palembang secara parsial. (2) Untuk menganalisis faktor kualitas produk, harga, citra merek dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko Pempek Candy di Kota Palembang secara simultan. Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu penyebaran kuisioner dengan skala likert, dengan jumlah responden sebanyak 190 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan dengan bantuan *software* SPSS 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uji parsial (uji-t) variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2), citra merek (X_3), dan lokasi (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Uji simultan (uji-F) membuktikan bahwa variabel independen yang terdiri dari variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2), citra merek (X_3), dan lokasi (X_4) berpengaruh terhadap variabel dependen yang berupa keputusan pembelian (Y).

Kata kunci : kualitas produk, harga, citra merek, lokasi dan keputusan pembelian

STIE
 **MDP**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap manusia yang ada di bumi pasti memiliki kebutuhan untuk dapat bertahan hidup dan menjalankan aktivitas dengan baik, Kebutuhan manusia dapat di kategorikan dalam tiga kategori yaitu kebutuhan primer, sekunder dan tersier, diantara ketiga jenis kebutuhan manusia kebutuhan primer merupakan hal utama yang harus dipenuhi agar aktivitas manusia dapat berjalan dengan lancar (menurut Rohman, 2018). Kebutuhan tersebut berupa pangan, sandang, dan papan, dimana pangan berupa makanan yang menjadi sumber energi manusia agar dapat melakukan aktivitasnya sehari-hari, kurangnya tenaga membuat manusia tidak dapat melakukan aktivitas dengan baik (Sari, 2019).

Dalam memilih makanan setiap orang tentu memiliki pilihan makanan yang berbeda-beda berupa selera, citarasa, harga dan hal lainnya. Karena kebutuhan dan perbedaan inilah membuat sektor industri makanan memiliki peluang yang cukup besar untuk semakin berkembang, hal ini di buktikan oleh kementerian Perindustrian (Kemenperin) dimana beliau memperkirakan sejumlah sektor industri akan mengalami pertumbuhan yang tinggi di 2019. Sejumlah sektor yang diproyeksi tumbuh tinggi antara lain, industri makanan dan minuman, permesinan, tekstil dan pakaian jadi (Deny, 2019).

Menteri Perindustrian Airlangga Hartarto, mengatakan bahwa sektor industri makanan dan minuman di Indonesia, memiliki potensi pertumbuhan yang cukup besar. Sampai dengan triwulan pertama di 2019, pertumbuhan PDB industri makanan dan minuman mencapai 6,77 persen di atas pertumbuhan PDB industri nasional yang mencapai 5,07 persen (Winarsih dan Yulianto, 2019). Peluang yang cukup menjanjikan ini membuat banyaknya pesaing dalam bidang ini, sehingga mengharuskan produsen untuk menciptakan hal baru yang dapat menarik konsumen agar tertarik pada produk yang ditawarkan. Produsen harus tahu selera dan *trend* yang saat ini ada di masyarakat untuk membantu produsen lebih baik dalam memasarkan produknya.

Saat ini masyarakat seringkali memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi makanan yang siap untuk di konsumsi. Makanan pada dasarnya terbagi menjadi dua jenis yaitu makanan tradisional dan makanan *modern*.

Menurut Prof. Murdijati Gardjito Guru Besar Teknologi Pangan dari UGM (2015), makanan tradisional adalah “makanan yang diolah dari bahan pangan hasil produksi setempat, dengan proses yang telah dikuasai masyarakat dan hasilnya adalah produk yang citarasa, bentuk dan cara makannya dikenal, digemari, dirindukan, bahkan menjadi ciri kelompok masyarakat tertentu. Makanan tradisional atau yang dikenal makanan khas daerah adalah makanan yang biasa di konsumsi di suatu daerah. Karakter masakan di suatu daerah biasanya mencerminkan karakter masyarakatnya (Sakti, 2017).

Pada saat ini makanan khas daerah terbilang maju cukup pesat, seperti rendang, kerak telur, pempek, papeda, dan lain lain. Salah satu makanan daerah yang telah dikenal secara luas adalah Pempek atau empek-empek, yang terbuat dari daging ikan giling yang lembut dan ditambahkan dengan tepung terigu.

Asal mula Pempek dipelopori oleh perantau tionghoa ke Palembang pada abad ke 16, pada saat Sultan Mahmud Badaruddin II berkuasa di Palembang sebutan pempek sendiri berawal dari panggilan apek atau pek-pek terhadap laki-laki tua Tionghua. Sekitar tahun 1617 seorang paman berusia 65 tahun yang tinggal di sekitar perairan sungai Musi yang melihat tangkapan ikan sangat banyak atau berlimpah, belum dimanfaatkan dengan baik hanya sebatas digoreng dan diolah menjadi sup berupa pindang. Dengan seiringnya waktu jenis-jenis olahan ikan semakin berkembang, sehingga terciptalah pempek, jenis pempekpun bertambah mulai dari pempek telur, keriting, pistel dan jenis Pempek yang paling terkenal orang adalah pempek kapal selam. Selain diolah menjadi pempek, olahan ikan dapat dikembangkan menjadi olah seperti laksan, tewan, model, lenggang dan celimpungan (Agmasari, 2017).

Tabel 1.1 Jumlah Gerai Toko Pempek di Kota Palembang

Nama Toko	Jumlah Outlet
Candy	9
Pak Raden	4
Vico	2
Beringin	8
Nony	3
Saga	3

Sumber: peneliti, 2020.

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa terdapat toko pempek di Kota Palembang yang cukup terkenal salah satunya yaitu toko Pempek Candy. Pempek Candy ini berawal dari gerobak kecil, Pempek Candy sendiri mempertahankan usahanya dengan membuka anak cabang saja, tidak bersedia untuk membuka *franchise* dimana-mana. Gerai Pempek Candy sendiri memiliki cabang berupa yaitu di Soekarno Hatta, Kapten Arivai, R. Sukanto, Jendral Sudirman , Rajawali. Untuk harga pempek candy sendiri cukup terjangkau. Pada tahun 2014 pempek candy pernah tersandung kasus boraks, untuk mencari kebenaran dalam kasus ini pihak kepolisian menyelidiki atau memeriksa bahan baku pembuatan pempek candy tersebut dengan pengambilan sampel untuk diteliti di Badan Pengawas Obat dan Makanan Palembang, dikatan Kabid Humas Polda SUMSEL hasil dari penyelidikan ini menyatakan bahwa tidak ada kandungan boraks pada bahan baku pempek candy (Sripoku, 2014). Ini hanya persaingan dagang saja. Tidak benar laporan

itu. Kita juga tidak takut dan khawatir laporan ini bisa mencoreng nama baik usaha saya. Kami tanggapinya dingin saja. Ini sudah biasa dan tidak perlu dikhawatirkan. (Josh, 2014)

Mengingat banyaknya pesaing dalam bidang makanan ini penjual perlu melakukan berbagai hal untuk dapat bertahan dan bersaing, salah satu persoalan yang utama adalah pemasaran. Menurut Sudaryono (2016, h.42) menyatakan pemasaran merupakan suatu perpaduan dari aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk dan jasa yang bernilai serta mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan dan harga agar kebutuhan konsumen dapat terpenuhi dengan baik pada tingkat keuntungan tertentu.

Menurut Kotler dan Keller (2012, h.138) dalam Suryati (2015, h.23) kualitas produk adalah keseluruhan corak dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang menunjang kemampuan untuk kepuasan pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk itu sebuah perusahaan atau produsen harus memiliki tingkat kualitas yang akan membantu atau menunjang usaha untuk meningkatkan atau mempertahankan posisi produk dalam pasar sasarannya. Produk pempek candy tidak menggunakan pengawet atau bahan kimia lainnya dan dapat bertahan selama 2 minggu jika di simpan dalam *freezer*. Dalam produksinya pempek candy menggunakan bahan dasar ikan gabus dan ikan tenggiri yang segar, serta Cuko sebagai pendamping pempek selalu terjaga kualitasnya (Suryadhi, 2016).

Berdasarkan kondisi saat ini yang pernah diteliti oleh (Kholidah,2016), variabel kualitas produk mempengaruhi terhadap keputusan pembelian nasi krawu di kota Gresik. Pempek Candy sendiri memiliki kualitas produk yang sangat baik dengan Cita rasa yang banyak disukai oleh masyarakat khususnya dikota Palembang. Kualitas yang baik dapat mengundang konsumen untuk melakukan keputusan pembelian terhadap produk Pempek Candy di Kota Palembang.

Menurut Oentoro , harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk mafaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu (dalam Sudaryono 2016, h.216) .

Berdasarkan kondisi saat ini yang pernah diteliti oleh Santika dan Murniati (2016), variabel harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian bakpia di kota yogyakarta. Dan juga variabel harga dalam penelitian yang pernah diteliti oleh Indriyani (2017) menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kue pia. Dilihat dari hasil penelitian terdahulu bahwa harga sangat mempengaruhi keputusan pembelian, Pempek candy memiliki harga yang cukup terjangkau dibandingkan dengan pesaingnya, harga di toko pempek candy mulai dari 4.000 sampai 17.000 Rupiah (Oktarini dalam Guideku, 2020).

Menurut Aaker dalam Sangadji dan Sopiah (2013, h.114) Citra merek adalah seperangkat asosiasi unik yang ingin diciptakan atau dipelihara oleh pamasar. Asosiasi-asosiasi itu menyatakan apa sesungguhnya merek dan apa

yang dijanjikan kepada konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2013) Menyatakan bahwa citra merek adalah respons konsumen pada keseluruhan penawaran yang diberikan oleh perusahaan.

Pempek candy telah dikenal oleh masyarakat setempat ataupun dari luar kota, hal ini dinyatakan oleh Anjani (dalam IDN, 2019) dalam artikel tersebut mereka menyatakan bahwa pempek candy menjadi pempek yang enak dan merekomendasikan untuk berkunjung ke gerai pempek candy.

Berdasarkan kondisi saat ini yang pernah diteliti oleh Zarman dan Dewi (2016), variabel citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial dan simultan. Dengan hasil yang sudah diteliti oleh penelitian terdahulu bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan pempek candy sendiri sudah dikenal oleh masyarakat di kota Palembang.

Menurut Utami (2014, h.89) lokasi adalah struktur fisik pada sebuah toko yang merupakan faktor terpenting dalam membuat kesan sebuah toko yang dilakukan peritel dalam memposisikan tokonya dan kegiatan dalam menyediakan pelayanan yang dibutuhkan konsumen. Lokasi gerai pempek candy terbilang cukup strategis karena dekat dengan jalan raya utama, hotel dan bandara, dimana pada setiap gerai memiliki tempat yang nyaman dan lahan parkir yang cukup memadai. Berdasarkan kondisi saat ini yang pernah diteliti oleh Indriyani (2017) variabel lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kue pia. Dengan hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan

pembelian, Menurut Utami (2014, h.89) menyatakan mencari dan menentukan lokasi merupakan tugas paling penting karena penentuan lokasi yang tepat merupakan kunci kesuksesan suatu bisnis.

Menurut Engel (dalam Firmansyah, 2018 ,h.27). mengatakan bahwa proses keputusan konsumen merupakan hal penting yang dilakukan konsumen dalam membeli suatu produk. Proses keputusan konsumen merupakan suatu kegiatan yang penting karena dalam proses tersebut membuat berbagai langkah yang terjadi secara berurutan sebelum konsumen mengambil keputusan. Pengambilan keputusan pembelian merupakan sebuah proses yang terdiri dari beberapa tahap yaitu Pengenalan Kebutuhan, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif sebelum pembelian, Konsumsi dan Evaluasi Alternatif sesudah Pembelian. Keputusan Pembelian akan memiliki peran terhadap sebuah perusahaan yang menjual produknya, dengan adanya keputusan pembelian maka perusahaan akan mendapatkan laba dari penjualan produk tersebut, dengan demikian keputusan pembelian berpengaruh terhadap kualitas produk, harga, citra merek, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada pempek candy di kota Palembang.

Menurut Sudaryono (2016, h.99) Orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang tersedia, bila seseorang dihadapkan pada dua pilihan yaitu membeli dan tidak membeli, dan kemudian dia memilih membeli, maka dia ada dalam posisi membuat suatu keputusan.

1.2 Rumusan masalah

Dari uraian diatas maka pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Bagaimana pengaruh Kualitas produk, Harga, Citra merek dan lokasi Terhadap keputusan pembelian di Toko Pempek Candy Kota Palembang secara parsial ?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas produk, Harga, Citra merek dan Lokasi terhadap keputusan pembelian di Toko Pempek Candy Kota Palembang secara simultan?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan Latar belakang yang telah dibahas maka penulis mengambil topik mengenai pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Lokasi terhadap keputusan pembelian di Toko Pempek Candy Kota Palembang. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Palembang yang melakukan keputusan pembelian di Toko Pempek Candy Kota Palembang.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis apakah Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Pempek Candy di Kota Palembang secara parsial.

2. Untuk menganalisis apakah Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Pempek Candy di Kota Palembang secara simultan.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis dari penelitian yang dilakukan dengan cara penulis dapat mengaplikasikan teori-teori yang telah di dapatkan selama perkuliahan berlangsung.

2. Bagi objek penelitian

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi bagi perusahaan untuk lebih mengenal dan mempelajari keputusan pembelian serta dapat memberikan masukan dalam rangka perumusan strategi dan penentuan kebijaksanaan pemasaran dalam perusahaan mengenai kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Lokasi terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi perbandingan untuk menambah wawasan bagi pembaca mengenai Kualitas Produk, Harga, Citra merek dan Lokasi terhadap keputusan pembelian terhadap Pempek Candy Palembang.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian ini terdiri dari beberapa bab meliputi :

BAB I PENDAHULUAN

Penulis akan membahas mengenai pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Penulis akan membahas mengenai tinjauan pustaka yang terdiri dari landasan teori yang berisikan pengertian Kualitas Produk, Harga, Citra merek, Lokasi, Keputusan pembelian, indikator kualitas produk, indikator harga, indikator citra merek, indikator Lokasi, indikator keputusan pembelian, penulis juga membahas penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Penulis akan membahas metode penelitian yang terdiri dari pendekatan penelitian, objek atau subjek penelitian, teknik pengambilan sampel, jenis data, teknik pengumpulan data, definisi operasional dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penulisan akan membahas mengenai pengolahan data yang telah diperoleh yang berkaitan dengan pembahasan masalah yang sedang diteliti penulis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Penulis akan menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang telah diperoleh.

STIE
MDP

DAFTAR PUSTAKA

Agmasari, Silvita 2017, *Nama Asli pempek dan asal usulnya yang unik*, Diakses 4 Maret, dari <https://travel.kompas.com>.

Anshori dan Iswati, Sri 2017, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Airlangga University Press, Surabaya.

Deny, Septian 2019, *Sektor industri yang bakal tumbuh tinggi di 2019*, Diakses 29 Februari, dari <https://www.liputan6.com>.

Firmansyah, Anang dan Mahardika, Budi 2018, *Pengantar Manajemen*, C.V Bumi Utama , Yogyakarta.

Ghozali, Imam 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Hartanto, Rian 2019, *Brand & Personal Branding*, Denokan Pustaka, Yogyakarta.

Indrayani 2014, *Pengaruh produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian*. Vol 16, No 1, Tahun 2017

Josh 2014, *Diduga Dicampur Boraks, Pempek Candy Palembang diperiksa BPOM*, Diakses 5 maret, dari <https://www.kaskus.co.id>.

Kholidah 2016, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian nasi krawu di kota gresik*. Vol 8, No 1 Tahun 2020.

Nina Winarsih, Ita dan Yulianto, Agus 2019 , *Airlangga: Industri Makanan dan Minuman Tumbuh Positif*, Diakses 3 maret, dari <https://republika.co.id>.

Malau, Harman 2017, *Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global)*, Alfabeta, Bandung.

Mutia Sari, Nisa 2019, *Mengenal Macam-Macam kebutuhan manusia dan contohnya dalam kehidupan*, Diakses 2 Maret, dari <https://hot.liputan6.com>.

Priyanto, Duwy 2014, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, Andi, Yogyakarta.

Rohman, Nur 2018, *Bagaimana kebutuhan primer, Sekunder, Tersier Beserta dengan contohnya*, Diakses 2 Maret, dari <https://akuntanonline.com>.

- Santika, Murniati 2016, *Pengaruh faktor produk, harga, promosi, dan distribusi terhadap keputusan pembelian bakpia di kota Yogyakarta.*
- Sengkey, Wenas 2015, *Analisi citra merek, Atmosfer Toko, dan Psikologis terhadap keputusan pembelian pada time out sport cafe IT center Manado, Vol 3, No 1, Tahun 2017.*
- Septika 2018, *10 Fungsi Karbohidrat dalam makanan bagi manusia*, Diakses 1 September 2019, dari www.liputan6.com.
- Sudaryono 2016, *Manajemen Pemasaran : Teori dan Implementasi*, C.V Andi Offset, Yogyakarta.
- Suryati, Lili 2015, *Manajemen Pemasaran Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, C.V Budi Utama, Yogyakarta.
- Sugiyono 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, C.V Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono 2018, *metode penelitian manajemen alfabeta*, Bandung.
- Sujarweni, V. Wiratna 2014, *Metodologi Penelitian*, Pustaka Baru Pers, Yogyakarta.
- Sakti, Zein 2017, *Pengertian Makanan khas Daerah dan Karakteristiknya*, Diakses 3 maret, dari <https://www.awalilmu.com>.
- Sripoku 2014, *Polda sumsel: Pempek Candy positif Bersih*, Diakses 4 Maret, dari <https://palembang.tribunnews.com>.
- Suryadhi, Ardhi 2016, *Cerita Pempek Candy : Berawal dari gerobak kini Ekspansi online*, Diakses 5 Maret, dari <https://inet.detik.com>.
- Tjiptono, Frandy dan Diana, Anastasia 2016, *Manajemen Pendistribusian (Pemasaran)*, Andi offset, Yogyakarta.
- Utami, Whidya, Christina 2014, *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*, Salembra Empat, Jakarta.
- Utami, Whidya, Christina 2017, *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*, Salembra Empat, Jakarta.
- Yamit, Zulian 2017, *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*, Ekonisia, Yogyakarta.