

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, konsep pemasaran modern juga mengalami perkembangan dengan cara menempatkan konsumen sebagai perhatian utama. Produsen berlomba-lomba untuk sebisa mungkin dapat bersaing dengan kompetitor. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan yang menghasilkan berbagai macam jenis produk dengan kegunaan yang sama tetapi berbeda harga dan fitur produk. Konsumen pun bersikap lebih selektif dan kritis dalam memilih produk yang akan dibeli.

Pengambilan keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor informasi pengetahuan yang didapatkan dari beberapa sumber. Salah satu faktornya ialah kualitas produk. Kualitas produk itu sendiri adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsi yang diharapkan.<sup>1</sup> Selain kualitas produk, harga merupakan faktor terpenting dalam keputusan pembelian. Harga adalah nilai yang disebutkan dalam mata uang atau dinyatakan dengan uang.<sup>2</sup> Dengan arti lain harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran/transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang/jasa.<sup>3</sup> Penetapan harga mempunyai implikasi penting terhadap strategi bersaing perusahaan.

---

<sup>1</sup> Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Sulawesi Selatan: Global-RCI, 2017), 3.

<sup>2</sup> Danang Sunyoto, *Teori, Kuesioner dan Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 15.

<sup>3</sup> Agustina shinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: Elektronik Pertama, 2011), 1.

Penentuan harga yang tepat akan sangat berpengaruh terhadap persepsi konsumen akan produk yang akan dibeli. Menurut Peter dan Olson “*Price perceptions* (persepsi harga) berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi mereka”. Dengan kata lain persepsi akan harga sangat mempengaruhi konsumen tentang kualitas dari produk tersebut.<sup>4</sup>

Produk itu sendiri adalah semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Kotler dan Keller mendefinisikan produk sebagai suatu sifat yang kompleks dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestasi perusahaan dan pengecer yang diterima oleh pembelian untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan.<sup>5</sup>

Setelah mempertimbangkan harga, konsumen juga mempertimbangkan kualitas produk yang akan dibeli. Konsumen mengharapkan adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas produk yang mereka terima. Untuk produk baju, tentunya dilihat dari segi kain baik dari tekstur maupun dari kualitas. Faktor kualitas produk tidak kalah penting karena kualitas produk juga sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh pembeli setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan konsumen.

---

<sup>4</sup> Dian Hendri Sulistiyanto, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kestrategisan Lokasi Terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian”. (Skripsi: Universitas Diponegoro, 2014), 9.

<sup>5</sup> Budi Santoso. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Teh Botol Sosro di Semarang”. (Skripsi: Universitas Dian Nuswantoro, 2017), 14.

Perusahaan harus mampu mengenal apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen saat ini maupun yang akan datang. Konsumen sebagai individu dalam menetapkan ataupun membeli barang telah melalui proses-proses atau tahapan-tahapan terlebih dahulu seperti dengan mencari dan mendapatkan informasi baik melalui iklan maupun dari referensi orang lain yang kemudian membandingkan produk satu dengan produk lain sampai akhirnya pada tahap keputusan membeli produk tersebut.<sup>6</sup>

Perilaku Konsumen Menurut Swastha dan Handoko mendefinisikan perilaku konsumen sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal tersebut diatas atau kegiatan mengevaluasi.<sup>7</sup>

Alasan dalam pemilihan objek penelitian di Toko Rumah Hilya karena sentra produk yang bermerek yang ada di desa. Produk-produk yang disediakan dalam Toko Rumah Hilya adalah busana muslim serta perlengkapan muslim lainnya yang berlokasi di Jl. Blumbungan, Dusun Berruh, Desa Blumbungan, Kecamatan Larangan, Kabupaten Pamekasan mempunyai banyak konsumen karena secara umum target konsumen lebih menekankan pada kalangan menengah

---

<sup>6</sup> Friani Gloria Igir, Jhony R.E Tampi, dan Henny Taroreh, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malayang)". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 6, No 2 (2018), 87.

<sup>7</sup> Lydia Geonadi, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza di Kota Banjarmasin", jurnal vol.12, No.2, oktober 2011, 156.

ke atas. Sehingga toko tersebut melihat pelanggan dari karakteristik baik domisili, tingkat pendapatan, usia, dan jenis kelamin, dengan begitu dapat memberikan gambaran mengenai harga dan keputusan yang ditawarkan kepada konsumen. Selain itu, produk yang dipasarkan sudah dikenal oleh kalangan luas bahkan sampai luar kota dengan harga yang terjangkau serta kualitas produk yang baik.

Dari hasil wawancara yang saya lakukan dengan Adlan (pemilik Toko Rumah Hilya), dalam menjalankan bisnis ini kualitas produk dan harga harus diperhatikan dalam menekuni bisnis ini di tengah persaingan dengan toko-toko lain yang ada disekitar, karena hal tersebut yang akan menciptakan suatu terjadinya pembelian oleh konsumen. Hal tersebut dipaparkan oleh Adlan saat peneliti mendatangi lokasi Toko Rumah Hilya.

“Dalam menjalankan bisnis ini salah satu hal yang saya tangkap dari keinginan konsumen adalah kebanyakan dari mereka yang menginginkan kualitas produk yang bagus dan harga yang relatif murah. Kualitas produk tersebut berkaitan baik dari model, kain, desain, maupun warna. Sedangkan dalam Toko Rumah Hilya disini harga ditentukan oleh kualitas produk dan merek.”<sup>8</sup>

Dari hasil wawancara mengenai kualitas produk dan harga yang disampaikan oleh pemilik Toko Rumah Hilya Desa Blumbungan, peneliti juga mewawancarai konsumennya yaitu sebagai berikut:

“Menurut Nurhalimah, baju yang ada disana sangat bagus dan pertama kali saya membeli dikarenakan tempat tersebut dekat dengan rumah saya. Dan pada awalnya yang hanya berniat mau liat-liat saja ternyata disana terdapat beragam produk yang beragam, bukan hanya busana yang ada disana tapi terdapat juga kerudung serta baju untuk cowok dan harganya juga terjangkau. Kebetulan kali pertama saya langsung tertarik membeli, kualitas kain disana sangat bagus. Mengenai harga, sudah sangat terjangkau dan kualitas produk disana sesuai dengan harganya. Harga sangat murah untuk kualitas baju yang bagus banget. Disana juga terdapat diskon.”<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Adlan, *Pemilik Toko Rumah Hilya*, Wawancara Langsung (29 Maret 2020).

<sup>9</sup> Nurhalimah, *Konsumen Toko Rumah Hilya*, Wawancara Langsung (11 Maret 2020).

Menurut Siti Maryam, salah satu konsumen Toko Rumah Hilya mengemukakan bahwa “harga produk yang ada disana sesuai dengan kualitas produknya. Kualitas yang paling bagus yang harganya di atas 800.000. Harga yang ada disana bermacam-macam, mulai dari yang paling rendah 200.000 sampai paling tinggi 1.500.000. Pertama kali membeli saya membeli baju yang harganya 289.000, meskipun masih tergolong murah namun kualitas produk tersebut sangatlah bagus. Disana juga terdapat diskon pada pembelian tertentu, dan juga kali pertama membeli saya langsung mendapat diskon.”<sup>10</sup>

Dari hasil wawancara dengan konsumen tersebut, peneliti dapat melihat beberapa perbandingan yang mendasar antara Toko Rumah Hilya dengan toko lainnya yang ada di Desa Blumbungan. Diantaranya dari desain produk yang sangat bagus baik dari segi warna maupun motifnya. Harga yang masih tergolong ekonomis, serta sering memberikan penawaran dan diskon yang banyak.

Sedangkan saat sekarang ini, dimana terdapat sebuah wabah virus yang disebut dengan covid 19, mengakibatkan konsumen enggan untuk melakukan pembelian secara langsung, sehingga perusahaan hanya sedikit memproduksi barang dan juga presentase penjualan mengalami penurunan. Namun walaupun dengan adanya covid 19 ini, penjualan di Toko Rumah Hilya ini tetap berjalan karena dalam toko tersebut juga menggunakan sistem jual *online*. Sehingga konsumen tetap bisa melakukan transaksi. Sedangkan bagi konsumen yang mau melakukan pembelian secara langsung, disana juga harus mengikuti protokol kesehatan sehingga konsumen bisa leluasa melakukan transaksi.

Saya sebagai peneliti disini merasa terdorong untuk meneliti Toko Rumah Hilya Desa Blumbunga untuk membuktikan seberapa berpengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Sehingga para pembisnis lainnya bisa mempunyai pandangan bahwa kualitas produk dan harga juga sangat berpengaruh terhadap kelancaran sebuah bisnis yang mereka jalankan.

---

<sup>10</sup> Siti Maryam, *Konsumen Toko Rumah Hilya*, Wawancara Langsung (20 Maret 2020).

## **B. Rumusan Masalah**

Berkaitan dengan latar belakang di atas, maka akan dibahas permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian di Toko Rumah Hilya Desa Blumbungan Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan?
2. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam pembelian di Toko Rumah Hilya Desa Blumbungan Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan?
3. Seberapa baik pengaruh variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam pembelian di Toko Rumah Hilya Desa Blumbungan Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sebagaimana rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian di Toko Rumah Hilya Desa Blumbungan Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga dan kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam pembelian di Toko Rumah Hilya Desa Blumbungan Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa baik pengaruh variabel harga dan kualitas produk yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian di Toko Rumah Hilya Desa Blumbungan Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun manfaat yang ingin dicapai dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Bagi Penulis**

Dengan melakukan penelitian ini, saya lebih mengetahui bagaimana masyarakat memilah-milih dalam membeli suatu produk sehingga akan terjadi suatu kepuasan dalam melakukan pembelian.

##### **2. Bagi Toko Rumah Hilya**

Penelitian ini akan menghasilkan suatu kesimpulan dan saran-saran terhadap masalah yang dihadapi perusahaan sebagai suatu masukan dan bahan pertimbangan dalam harga dan kualitas produk.

##### **3. Bagi Institut Agama Islam Negeri Madura**

Penelitian ini digunakan untuk menambah referensi dalam materi harga, kualitas produk, serta keputusan pembelian. Dan juga untuk dibuat acuan pada penelitian selanjutnya.

## **E. Ruang Lingkup Penelitian**

### **1. Lingkup Materi**

Variabel adalah suatu atribut atau sifat, nilai dari orang, objek atau keinginan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel yang menjadi fokus dalam melakukan penelitian ini yaitu, variabel independen (variabel X) yang terdiri dari harga ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ), serta terdapat variabel dependen (variabel Y) yaitu keputusan pembelian konsumen (Y).

#### **a. Variabel Independen (Variabel X)**

Variabel bebas (independen) adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel terikat.<sup>12</sup> Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu:

##### **1) Harga ( $X_1$ )**

Harga ( $X_1$ ) adalah nilai yang disebutkan dalam mata uang atau medium moneter lainnya.<sup>13</sup> Dalam teori Kotler dan Amstrong, indikator harga antara lain:<sup>14</sup>

- a) Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
- b) Potongan harga.

---

<sup>11</sup> Sugiyanto, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), 38.

<sup>12</sup> Chandra Christalisana, "Pengaruh Pengalaman dan Karakter Sumber Daya Manusia Konsultan Manajemen Kontruksi Terhadap Kualitas Pekerjaan Pada Proyek di Kabupaten Pandeglang". *Jurnal Fondasi*, Vol 7, No 1 (2018), 91.

<sup>13</sup> Danang Sunyoto, *Teori, Kuesioner dan Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 15.

<sup>14</sup> Philip Kotler dan Ganry Amstrong, *Prinsip Pemasaran* (Yogyakarta: Erlangga, 2008), 275.

- c) Daya saing harga.
- d) Keterjangkauan harga.

## 2) Kualitas Produk ( $X_2$ )

Kualitas produk ( $X_2$ ) adalah kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsi dan kinerjanya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.<sup>15</sup> Kualitas produk memiliki indikator yaitu antara lain:<sup>16</sup>

- a) Kinerja produk (*performance*) yaitu berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli barang tersebut.
- b) Keindahan adalah estetika yang berhubungan dengan penampilan wujud produk (misalnya gaya dan keindahan) serta penampilan fasilitas.
- c) Keunikan adalah karakteristik dari sebuah produk yang berbeda secara fungsional dari produk-produk sejenis. Contohnya fungsi mobil adalah untuk alat transportasi. Namun dalam mobil tertentu kemungkinan dilengkapi dengan mesin tiga silinder, sementara mobil yang lainnya dilengkapi dengan mesin empat silinder.
- d) Daya tahan (*durability*) yaitu berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat digunakan.
- e) Kualitas kesesuaian adalah ukuran mengenai apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi spesifikasi yang telah ditetapkan.

---

<sup>15</sup> Dita Putri Angraini, dkk., "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan)". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 37, No 1 (Agustus 2016), 173.

<sup>16</sup> Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servquel, QFD, dan Kano Disertai Contoh Aplikasi Dalam Kasus Penelitian* (Jakarta Barat: Indeks Penerbit, 2011), 13-14.

- f) Kegunaan yang sesuai merupakan kecocokan dari produk menjalankan fungsi-fungsi sebagaimana yang diiklankan atau dijanjikan.

### **b. Variabel Dependen (Variabel Y)**

Variabel terikat (dependen) adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen.<sup>17</sup> Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian konsumen memiliki indikator antara lain sebagai berikut:<sup>18</sup>

- 1) Merek adalah nama, simbol, tanda desain atau gabungan diantaranya untuk dipakai sebagai identitas suatu perorangan, organisasi atau perusahaan pada barang dan jasa yang dimiliki untuk membedakan dengan produk lain.
- 2) Penyalur adalah kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan.
- 3) Waktu pembelian yaitu jangka waktu konsumen dalam membeli barang.
- 4) Metode pembayaran adalah cara yang dilakukan pelanggan untuk membayar barang dan jasa.

### **c. Lokasi**

Lokasi penelitian ini bertempat di IKM Toko Rumah Hilya di Desa Blumbungan Kabupaten Pamekasan.

---

<sup>17</sup> Budi Anshari, "Analisis Pengaruh *Current Ratio* (CR) dan *Net Profit Margin* (NPM) Terhadap Harga Saham di Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)". *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, Vol 2, No 2 (November 2016), 103.

<sup>18</sup> Meinthiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 74.

## F. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal yang berkenaan dengan masalah penelitian yang sebenarnya sudah diterima oleh peneliti.<sup>19</sup> Asumsi sangat diperlukan dalam melakukan sebuah penelitian, agar seorang peneliti memiliki dasar berpijak yang kokoh terhadap masalah yang diteliti. Variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian adalah harga,<sup>20</sup> kualitas produk,<sup>21</sup> kualitas pelayanan,<sup>22</sup> promosi,<sup>23</sup> dan citra merek.<sup>24</sup>

Adapun asumsi dalam penelitian ini, peneliti hanya mengambil dua variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen yaitu harga dan juga kualitas produk. Sedangkan variabel lainnya yang terdiri dari kualitas pelayanan, promosi dan variabel lainnya dianggap nilainya tetap/konstan (*Ceteris Pribus*).

## G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun

---

<sup>19</sup> Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Pamekasan: STAIN Press, 2015), 10.

<sup>20</sup> Ummu Habibah dan Sumiati, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 1, No 1 (Maret 2016), 36.

<sup>21</sup> Friani Gloria Igir, dkk, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 6, No 2 (2018), 88.

<sup>22</sup> Jackson R.S. Weenas, "Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta". *Jurnal EMBA*, Vol 1 (Desember 2013), 609.

<sup>23</sup> Mega Setiawati dan Rudolf Lumbantobing, "Pengaruh Promosi dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato yang Dimediasi oleh Brand Awareness". *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol 12, No 1 (Januari-Juni 2017), 76.

<sup>24</sup> Riyono dan Gigih Erlik Budiharja, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati". *Jurnal STIE Semarang*, Vol 8, No 2 (Juni 2016), 101.

dalam bentuk pertanyaan.<sup>25</sup> Hipotesis pada dasarnya merupakan suatu proporsi atau anggapan yang mungkin benar, dan sering digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan/pemecahan persoalan ataupun untuk dasar penelitian lebih lanjut.<sup>26</sup> Jadi, hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang sebenarnya harus diuji secara empiris. Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang akan menghasilkan keputusan, yaitu keputusan menerima dan menolak hipotesis tersebut.<sup>27</sup> Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub> : harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian di Toko Rumah Hilya Desa Blumbungan Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan.

H<sub>2</sub> : harga dan kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam pembelian di Toko Rumah Hilya Desa Blumbungan Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan.

H<sub>3</sub> : harga dan kualitas produk berkontribusi baik terhadap pengaruh keputusan konsumen dalam pembelian di Toko Rumah Hilya Desa Blumbungan Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan.

## **H. Definisi Istilah**

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian di Toko Rumah Hilya di Desa Blumbungan Kabupaten Pamekasan”. Penulis perlu menjelaskan makna rangkaian kata yang terdapat dalam judul penelitian ini agar tidak terjadi kesalahpahaman bagi pembaca.

---

<sup>25</sup> Saludin Muis, *Metodologi Penelitian Ekonomi Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 91.

<sup>26</sup> Melia Nur Indah S, *Statistik Deskriptif dan Induktif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 229.

<sup>27</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), 31.

1. Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang ataupun jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.
2. Kualitas produk adalah kondisi fisik ataupun fungsi produk tersebut berdasarkan tingkat mutu yang diharapkan oleh konsumen.
3. Keputusan pembelian adalah pengambilan keputusan bahwa konsumen benar-benar membeli dan sebelum membeli produk tersebut konsumen akan menjumpai serangkaian keputusan pembelian yang menyangkut produk tersebut.

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui respon para konsumen dalam kemampuan kesesuaian harga dan juga kualitas produk dalam memenuhi kebutuhan konsumen tersebut.

## **I. Kajian Terdahulu**

Untuk melakukan penelitian yang dilakukan pada konsumen toko Rumah Hilya di Desa Blumbungan Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan. Maka ada beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian sebelumnya yang masalahnya hampir sama dengan penelitian yang sedang dilakukan.

### **1. Ryanto Hariandy Wangean (2014)<sup>28</sup>**

Berjudul Analisis Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mobil *All New Kia Rio* di Kota Manado. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah metode kuantitatif asosiatif, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil

---

<sup>28</sup> Ryanto Hariandy Wangean, "Analisis Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mpbil All New Kia Rio di Kota Manado". *Jurnal EMBA*, Vol 2, No 3 (September 2014), 1715.

dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  (citra merek, kualitas produk dan harga) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen pada mobil *All New Kia Rio*. Pada  $R^2$ , nilai yang berada diantara  $0 \leq r^2 \leq 1$  berarti bahwa garis regresi yang terbentuk dapat meramalkan variabel dependen sebesar 73,7%, nilai  $r$  (koefisien korelasi) sebesar 0,858 berarti bahwa citra merek, kualitas produk dan harga mempunyai hubungan yang kuat dengan keputusan pembelian konsumen pada mobil *All New Kia Rio* di Kota Manado sebesar 85,8%. Jadi dari analisis tersebut menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada mobil *All New Kia Rio* di Kota Manado.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada variabel yang digunakan, dimana variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya harga dan kualitas produk. Sedangkan objek penelitiannya berada di Toko Rumah Hilya Desa Blumbungan Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan. Kemudian dilihat dari segi persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

## **2. Ian Antonius Ong dan Sugiono Sugiharto (2013)<sup>29</sup>**

Dengan judul Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincau Station Surabaya. Metode yang digunakan dalam penelitiannya adalah metode kausal komperatif dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan analisis

---

<sup>29</sup> Ian Antonius Ong dan Sugiono Sugiharto, "Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincau Station Surabaya". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 1, No 2 (2013), 11.

regresi linier berganda. Sedangkan hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$  (citra merek, kualitas produk, harga, diferensiasi) berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan sehingga kenaikan atau penurunan penilaian konsumen secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan. Sedangkan hasil dari  $R^2$  menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap keputusan pembelian pelanggan di Cincau Station Grand City adalah 64,2%.

Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah dari segi variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini hanya menggunakan dua variabel, yaitu harga dan kualitas produk sedangkan pada variabel terikat menggunakan keputusan pembelian konsumen. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berada di Toko Rumah Hilya Desa Blumbungan Kecamatan Larangan kabupaten Pamekasan. Sedangkan persamaan antara penelitian adalah meneliti pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

### **3. Friani Gloria Igir, Jhony R.E Tampi, dan Henny Taroreh (2018)<sup>30</sup>**

Berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up. Metode yang digunakan pada penelitiannya adalah metode deskriptif kuantitatif dengan analisa korelasi berganda dan regresi linier berganda. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu grand Max Pick Up pada PT. Astra Internasional Tbk Daihatsu cabang malayang. Harga merupakan variabel yang

---

<sup>30</sup> Friani Gloria Igir, dkk, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 6, No 2 (2018), 95.

paling dominan terhadap keputusan pembelian dengan nilai 0,602, sedangkan kualitas produk hanya mempunyai nilai 0,088. Hasil dari  $R^2$  menunjukkan bahwa hanya 77% keputusan pembeli yang dipengaruhi oleh variabel kualitas produk dan harga.

Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek yang diteliti, dimana pada penelitian ini objek yang diteliti berada di Toko Rumah Hilya Desa Blumbungan Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan. Sedangkan persamaan antar penelitian yaitu meneliti mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

#### **4. Agnes Ligia Pratistia Walukow, Lisbeth Mananeke dan Jantje Sepang (2014)<sup>31</sup>**

Dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bentenan Center Sonder Minahasa. Metode penelitiannya berlandaskan filsafat positivisme dan menggunakan analisis regresi linier berganda. Adapun hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, promosi secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Bentenan Center. Dan variabel lokasi secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Bentenan center. Sedangkan nilai  $R^2$  sebesar 0,483 atau 48,3% artinya semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

---

<sup>31</sup> Agnes Ligia Pratistia Walukow, Lisbeth Mananeke dan Jantje Sepang. “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bentenan Center Sonder Minahasa”. *Jurnal EMBA*, Vol 2, No 3 (September 2014), 1746.

Adapun perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah dari segi variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini hanya harga dan kualitas produk, dan objek penelitiannya berada di Toko Rumah Hilya Desa Blumbungan Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan. Sedangkan persamaan antar penelitian yaitu meneliti pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

#### **5. Paramitha Hardianti (2018)<sup>32</sup>**

Berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batagor Cak Salim. Metode yang digunakan pada penelitiannya kuantitatif deskriptif dengan analisis regresi linier berganda. Adapun hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk batagor Cak Salim. Sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk batagor Cak Salim. Hasil nilai koefisien determinasi ( $r^2$ ) menunjukkan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 0,484 atau sebesar 48,4% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Adapun perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan terdapat pada objek yang diteliti, dimana penelitian ini berada di Toko Rumah Hilya Desa Blumbungan Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan sekarang yaitu meneliti mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

---

<sup>32</sup> Paramitha Hardianti, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batagor Cak Salim". *Jurnal Manajemen dan Stand-Up Bisnis*, Vol 3, No 4 (Oktober 2018), 414.