

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
PADA CV. CICI SOUVENIR PALEMBANG**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi



**Diajukan Oleh :**

**Febi Musda Lestari**

**NPM. 1801110163**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TRIDINANTI  
PALEMBANG**

**2022**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**

**FAKULTAS EKONOMI**

**PALEMBANG**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : FEBI MUSDA LESTARI  
Nomor Pokok : 1801110163  
Jurusan/Program Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata 1 (S1)  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA,  
DAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA CV.CICI  
SOUVENIR PALEMBANG**

Pembimbing Skripsi

Tanggal 5 April 2022 Pembimbing I : Lusia Nargis, S.E., M.Si  
NIDN : 0222036101

Tanggal 05/ April /2022 Pembimbing II : Dr.Sari Sakarina, S.E., MM  
NIDN : 0214038501

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi  
Tanggal : 05 APRIL 2022

Dr.Msy.Mildal, SE, M.Si, Ak, CA, CSRS

NIDN: 0205026401

Ketua Program Studi  
Tanggal : 05 APRIL 2022

Marivani Zanariah, SE, M.M

NIDN : 0222096301


021 / PS / DFE / 22

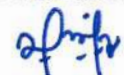
**UNIVERSITAS TRIDINANTI**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**PALEMBANG**

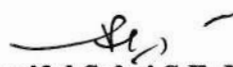
**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : FEBI MUSDA LESTARI  
Nomor Pokok : 1801110163  
Jurusan/Program Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata 1 (S1)  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA,  
DAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA CV.CICI  
SOUVENIR PALEMBANG**

Penguji Skripsi


Tanggal 05 April 2022 Ketua Penguji :  **Lusia Nargis, S.E., M.Si**  
NIDN : 0222036101

Tanggal 05 April 2022 Penguji I :  **Dr. Sari Sakarina, S.E., MM**  
NIDN : 0214038501

Tanggal 05 April 2022 Penguji II :  **Syaiful Sahri, S.E., M.Si**  
NIDN : 0220085901

Mengesahkan :

Dekan Fakultas Ekonomi  
Tanggal : 05 APRIL 2022

  
**Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak, CA, CSRS**  
NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi  
Tanggal : 05 APRIL 2022

  
**Marivam Zanariah, SE, M.M**  
NIDN : 0222096301

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

*“Tidak apa-apa untuk merayakan kesuksesan tapi lebih penting untuk memperhatikan pelajaran tentang kegagalan”*

*– Bill Gates.*

### PERSEMBAHAN :

- ❖ Kedua Orang tuaku tercinta yang sangat berperan penting dalam mendoakan setiap Langkah hidupku dan sangat berperan penting atas semua biaya Pendidikan yang aku tempuh hingga detik ini.
- ❖ Saudaraku yang tersayang
- ❖ Calon hidupku dimasa mendatang
- ❖ Teman Seperjuanganku dalam Suka duka mencapai gelar hingga mencapai detik ini
- ❖ Almamater Biru tercinta.

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Febi Musda Lestari

Npm/Nomor Pokok : 1801110163

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsukuensinya.

Palembang, Maret 2022



**(Febi Musda Lestari)**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan Syukur kami panjatkan kehadiran ALLAH SWT , karena berkat Rahmat dan karunia-nya .sehinggah penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CV.CICI SOUVENIR PALEMBANG”** Proposal skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Manajemen,Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.

Dalam menyelesaikan Skripsi ini,penulis telah berusaha semaksimal mungkin memberikan yang terbaik ,akan tetapi penulis sadar bahwa masih banyak sekali terdapat kekurangan pada skripsi ini,Hal ini tentu saja terjadi karena terbatasnya kemampuan dan pengetahuan penulis ,penulis juga menyadari bahwa penulis masih perlu banyak belajar lagi untuk mendapatkan dan memberikan yang terbaik untuk berbagai pihak . Banyak kesulitan yang dialami oleh penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, namun berkat kesabaran dan bimbingan,arahan, saran dan dukungan oleh berbagai pihak,baik dari dosen pembimbing,keluarga,maupun teman-teman akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari penyusunan Proposal ini dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dari banyak pihak.Untuk itu pada kesempatan hari ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang bersangkutan kepada :

1. Ibu Dr. Hj,Manisah,M.P selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang
2. Ibu Dr.Msy Mikial,SE.,M.Si.Ak.CA.CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang
3. Ibu Dr. M. Ima Andriyani,SE,M.M selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang
4. Ibu Mariyam Zanariah,S.E.,M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang
5. Ibu Lusia Nargis,S.E.,M.Si Selaku Dosen Pembimbing utama yang telah memberi bimbingan selama masa penelitian

6. Ibu Dr.M Sari Sakarina,S.E.,M.M Selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah memberi bimbingan selama masa penelitian
7. Bpk Syaiful Sahri S.E.,M.Si Selaku Dosen Penguji yang telah memberikan bimbingan pembelajaran selama masa akhir penelitian
8. Kedua Orang tuaku tercinta Papa (Musa Syamsudin) dan Mama (Farida) yang memberikan dukungan,semangat,dan motivasi,moril maupun materi sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Saudara Kandungku tersayang Kakak (Dede Supriyadi) dan Adik (Juniansyah) yang telah memberi semangat motivasi maupun materi
10. Teman-temanku Meylisa Maharani, Syarli Iprohati ,Shella Claudia Effendi serta Fakultas Ekonomi Manajemen regular pagi Angkatan 2018,semoga tali silaturahmi kita terus terjalin dan semoga kita menjadi orang yang sukses dimasa yang akan datang.
11. Dan Saya sangat berterima kasih pada diriku sendiri atas perjuangan siang dan malam yang tak hentinya dalam menyelesaikan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh kelalaian dan keterbatasan waktu,tenaga dan kemampuan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu penulis memohon maafapabila terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.Amin.

Palembang, 2022

Penulis

(Febi Musda Lestari)

# DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Kajian Teoritis .....	9
2.1.1. Kualitas Produk .....	9
2.1.1.1. Pengertian Kualitas Produk .....	9
2.1.1.2. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk .....	10
2.1.1.3 Dimensi Kualitas Produk .....	13
2.1.1.4 Indikator Kualitas Produk .....	14
2.1.1.5 Tingkat Produk .....	15
2.1.2. Harga .....	17
2.1.2.1. Pengertian Harga .....	17



2.1.2.2. Peranan Harga .....	17
2.1.2.3. Tujuan Penetapan Harga .....	19
2.1.2.4. Dimensi Harga .....	22
2.1.2.5. Indikator Harga .....	23
2.1.3. Merek .....	24
2.1.3.1. Pengertian Merek .....	24
2.1.3.2. Peranan Merek .....	27
2.1.3.3. Manfaat Merek .....	27
2.1.3.4. Dimensi Merek .....	29
2.1.3.5. Indikator Merek .....	30
2.1.4. Keputusan Pembelian .....	31
2.1.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	31
2.1.4.2. Dimensi Keputusan Pembelian .....	32
2.1.4.3. Indikator Keputusan Pembelian .....	34
2.1.4.4. Faktor yang Mempengaruhi .....	35
2.1.4.5. Proses Tahap Keputusan Pembelian .....	36
2.2. Penelitian Lain Yang Relevan .....	39
2.3. Kerangka Berfikir .....	40
2.4. Hipotesis Penelitian .....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian .....	44
3.2. Sumber dan Teknik Pengumpulan data .....	45
3.3. Populasi, Sampel, dan Sampling .....	46
3.3.1. Populasi .....	46
3.3.2. Sampel dan Sampling .....	47
3.4. Rancangan Penelitian .....	47
3.5. Variabel dan Definisi Konseptual .....	48
3.5.1. Variabel Penelitian .....	48
3.5.2. Definisi Operasional .....	49
3.6. Instrumen Penelitian .....	53
3.7. Uji Instrumen Penelitian .....	54

3.7.1. Uji Validitas .....	54
3.7.2. Uji Reliabilitas .....	55
3.8. Teknik Analisis Data.....	55
3.8.1. Uji Asumsi Klasik .....	55
3.8.1.1. Uji Normalitas .....	56
3.8.1.2. Uji Multikolinieritas .....	56
3.8.1.3. Uji Heteroskedastisitas .....	56
3.8.2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	57
3.8.3. Analisis Koefisien Korelasi .....	57
3.8.4. Analisis Koefisien Determinasi .....	58
3.9. Pengujian Hipotesis .....	59
<b>BAB IV METODE PENELITIAN</b>	
A. Gambar Umum Perusahaan Profil .....	62
4.1 Sejarah Singkat CV. Ikhtiar Mandiri Palembang.....	62
4.1.1 Visi Dan Misi .....	63
4.1.2 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas .....	63
4.1.3 Struktur Organisasi.....	64
B. Pembahasan dan interpretasi .....	67
4.2 Karakteristik Responden .....	67
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	67
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	69
C. Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	69
4.6 Uji Validitas .....	69
4.7 Uji Reliabilitas .....	74
4.8 Uji Regresi Linier Berganda .....	75
4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	78
4.10 Hasil Koefisien Korelasi .....	80
4.11 Hasil Analisis Koefisien Determinasi .....	81
D. Hasil Hipotesis .....	83
4.12 Uji Simultan (f) .....	83

4.13 Uji Parsial (t).....	84
---------------------------	----

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	89
----------------------	----

5.2 Saran.....	90
----------------	----

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Perbandingan Tingkat Penjualan.....	5
2.1 Tujuan Penetapan Harga .....	20
3.1 Tempat dan waktu penelitian .....	44
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	49
3.3 Instrument Penelitian .....	53
3.4 Analisis Koefisien Korelasi .....	58
3.4 Interval koefisien.....	61
4.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk ( $X_1$ ).....	70
4.2 Hasil Uji Validitas Harga ( $X_2$ ) .....	71
4.3 Hasil Uji Validitas Merek ( $X_3$ ) .....	72
4.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	73
4.5 Hasil Uji Realibilitas .....	74
4.6 Hasil Uji Normalitas .....	76
4.7 Hasil Uji Multikolinieritas .....	77
4.8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	79
4.9 Hasil Uji Koefisien Korelasi .....	81
4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	82
4.11 Hasil Uji f.....	83
4.12 Hasil Uji t .....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar :	Halaman
2.1 Tujuan Penetapan Harga .....	18
2.2 Merek (Brand) .....	29
2.3 Bagan Keputusan Pembelian .....	36
2.4 Kerangka Berfikir .....	40
4.1 Struktur Organisasi .....	64

## DAFTAR GRAFIK

Grafik :	Halaman
4.1 Karakteristik responden berdasarkan umur.....	67
4.2 Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
4.3 Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan .....	69
4.4 Hasil Uji heteroskedasitas .....	77

## ABSTRAK

### **FEBI MUSDA LESTARI, PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CV.CICI SOUVENIR PALEMBANG (dibawah bimbingan Ibu Lusia Nargis, S.E.,M.Si dan Ibu Dr.Sari Sakarina,S.E.,M.M)**

Cv.Cici Souvenir Palembang adalah perusahaan percetakan, Cv.Cici Souvenir Palembang menyediakan kebutuhan- kebutuhan hasil dari percetakan.antara lain: Nota, surat jalan pembuatan kalender, uang mainan gambar untuk mebel, brosur, kartu nama dan barang lainnya yang berhubungan dengan percetakan..

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut : dilihat dari persamaan regresi linier berganda  $Y = 8,520 + 0,171 X_1 + 0,204 X_2 + 0,452 X_3$  hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga dan Merek secara simultan dapat meningkatkan Terhadap Keputusan Pembelian pada Cv. Cici Souvenir Palembang, dengan kata lain bahwa Kualitas Produk, Harga dan Merek sangat memberikan dampak yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Cv. Cici Souvenir Palembang. Terbukti dari hasil analisis statistic yang dilakukan oleh peneliti menunjukan bahwa nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,640 (64,40%), angka tersebut menggambarkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel independen (Kualitas Produk, Harga dan Merek) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian) sebesar 64,40 % sedangkan sisanya yaitu 37,20% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam peneliian ini.

Hasil uji hipotesis secara simultan menunjukan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga dan Merek secara bersama-sama mempengaruhi Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan dengan nilai sig F (0,000) < 0,05. Hasil uji parsial juga menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk mempengaruhi Keputusan Pembelian ditunjukkan dengan nilai sig t (0,032) < a (0,05), variabel Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian ditunjukkan dengan nilai sig t (0,006) < a (0,05). Dan variabel Merek mempengaruhi Keputusan Pembelian ditunjukkan dengan nilai sig t (0,000) < a (0,05).

Cv.Cici Souvenir Palembang harus lebih memperhatikan Kualitas Produk, Harga dan Merek sebaiknya melakukan penilaian Keputusan Pembelian secara rutin yaitu satu bulan sekali guna mengevaluasi dan menghindari adanya faktor – faktor yang dapat menghambat proses penjualan. Apabila mendukung, sangat baik untuk memfasilitasi dan memberikan motivasi,arahan dan juga solusi pada pelanggan oleh atasan agar Keputusan Pembelian semakin baik.

***Kata kunci : Kualitas Produk, Harga dan Merek Dan Keputusan Pembelian***

## ABSTRACT

**FEBI MUSDA LESTARI, THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND BRAND ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS AT CV. CICI SOUVENIR PALEMBANG (under the guidance of Mrs. Lusia Nargis, S.E., M.Si and Mrs. Dr. Sari Sakarina, S.E.,M.M)**

Cv.Cici Souvenir Palembang is a printing company, Cv.Cici Souvenir Palembang provides the needs for the results of printing. Among others: Notes, travel documents for making calendars, picture toys for furniture, brochures, business cards and other items related to printing. .

The results of this study are as follows: seen from the multiple linear regression equation  $Y = 8.520 + 0.171 X_1 + 0.204 X_2 + 0.452 X_3$  this shows that Product Quality, Price and Brand can simultaneously increase the Purchase Decision on Cv. Cici Souvenir Palembang, in other words that Product Quality, Price and Brand have a significant impact on Purchase Decisions on Cv. Cici Souvenir Palembang. It is evident from the results of statistical analysis conducted by researchers showing that the value of R Square (R<sup>2</sup>) is 0.640 (64.40%), this figure illustrates that the percentage contribution of the influence of the independent variables (Product Quality, Price and Brand) on the dependent variable (Purchase Decision) of 64.40% while the remaining 37.20% is influenced by other variables not examined in this research.

Simultaneous hypothesis test results show that the variables of Product Quality, Price and Brand together affect the Purchase Decision. This shows the value of sig F (0.000) < 0.05. The results of the partial test also show that the Product Quality variable affects the Purchase Decision as indicated by the value of sig t (0.032) < a (0.05), the price variable affects the Purchase Decision is indicated by the value of sig t (0.006) < a (0.05). And the Brand variable influencing the Purchase Decision is indicated by the value of sig t (0.000) < a (0.05).

Cv.Cici Souvenir Palembang should pay more attention to Product Quality, Price and Brand should conduct an assessment of Purchase Decisions on a regular basis, once a month in order to evaluate and avoid any factors that can hinder the sales process. If it supports, it is very good to facilitate and provide motivation, direction and also solutions to customers by superiors so that purchasing decisions are getting better.

**Keywords: Product Quality, Price and Brand and Purchase Decision**



## **RIWAYAT HIDUP**

**Febi Musda Lestari** ,dilahirkan di Palembang Pada Tanggal 22 Februari 1999 dari Pasangan Bapak Musa Syamsudin dan Ibu Farida,Putri satu-satunya dari tiga bersaudara

Sekolah Dasar yang telah diselesaikan Pada Tahun 2011 SD Negeri 49 Palembang, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan Pada tahun 2014 SMP Kartika II-1 Palembang, Sekolah Menengah Atas diselesaikan Pada Tahun 2017 Smk Negeri 1 Palembang, Pada Tahun 2018 melanjutkan Pendidikan ke Program Studi Strata 1 Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, April 2022

Febi Musda Lestari



# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di Era Globalisasi seperti sekarang ini perkembangan teknologi dan informasi berjalan semakin pesat seiring berjalannya dari waktu ke waktu yang dapat menghasilkan suatu persaingan bisnis yang semakin hari semakin pesat, Hal ini membuat produsen harus berfikir kritis, kreatif, maupun berfikir inovatif terhadap perubahan-perubahan yang terjadi baik dibidang politik, sosial, budaya maupun bidang ekonomi, adapun hal yang terpenting yang dilakukan oleh sebuah perusahaan agar dapat bersaing dalam dunia bisnis yaitu dengan cara membangun sebuah strategi perusahaan dalam mencapai atau dalam meningkatkan dan mempertahankan konsumen, agar tujuan pemasaran dalam dunia persaingan bisnis dapat dengan mudah dicapai, maka yang harus dilakukan setiap perusahaan harus berusaha dalam memproduksi atau mengembangkan suatu produk barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan harga yang terjangkau dan pantas dipasaran. Dengan demikian setiap perusahaan harus dapat dan mampu memahami kelangsungan hidup akan perusahaan tersebut sebagai organisasi yang mampu berusaha dan memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumennya .

Menurut Kotler dan Amstrong (2015:224) Suatu produk harus memiliki suatu nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik suatu produk maupun secara psikologis yang dapat menunjukkan atribut atau sifat-sifat yang

terdapat dalam suatu barang atau hasil yang disebut dengan kualitas produk, bahkan tidak menutup kemungkinan suatu perusahaan yang dapat mendunia pasar global dalam meningkatkan sebuah kualitas produknya harus mampu untuk mewujudkan *cost education* yang berarti mampu melakukan kegiatan-kegiatan produksi baik barang atau jasa secara efektif maupun secara efisien, selain itu loyalitas pelanggan pun juga dapat diperoleh perusahaan apabila meningkatnya jumlah produk barang atau jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan.

Dalam dunia bisnis yaitu perusahaan dituntut untuk mempunyai sarana informasi yang dapat menunjang kegiatan bisnisnya, terutama pada perkembangan teknologi dalam suatu bidang pemasaran agar suatu produk yang dihasilkan perusahaan itu dapat dikenal konsumen sehingga timbul minat beli dari masyarakat, adapun target dalam strategi yang dilakukan untuk menarik minat konsumen itu sendiri yaitu dengan menetapkan harga produk yang dapat merangsang respon pasar harga produk yang dihasilkan diharapkan dapat membuat calon konsumen menggunakan suatu produk yang dipilih dapat setia dan

Di samping kualitas produk, peran harga pun sangat berperan penting dan sangat berpengaruh dikarenakan setiap harga yang ditetapkan oleh suatu perusahaan akan sangat berdampak dalam meningkatnya jumlah permintaan terhadap suatu produk dimana dalam sebagian besar kasus pada produk biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap suatu produk, demikian sebaliknya, semakin rendah harga, semakin tinggi permintaan akan suatu produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2010:314) Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu

produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Harga sangat berhubungan dengan nilai dasar dari bauran ritel yang terdiri dari beberapa elemen yaitu *place, people, product, price, promotion*. Pada tingkat harga suatu usaha dapat mempengaruhi cara berfikir seorang konsumen terhadap unsur-unsur lain dari bauran ritel . contohnya pada tingkat harga dapat dianggap mencerminkan suatu kualitas pada produk dari barang dagangan dan pelayanan yang diberikan konsumen, sehinggah pada akhirnya juga akan mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihannya untuk berbelanja disebuah toko souvenir percetakan ini bukan hanya percetakan yang dibuat ditempat ini tetapi terdapat berbagai souvenir pernikahan seperti yasin, cetak foto, cetak kalender tahunan, dan lain sebagainya.

Melalui observasi merek apa yang diminati oleh konsumen bertujuan untuk mengetahui identitas merek sebagai pengendalian pasar dalam diferensiasi produk dengan produk pesaing yang memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian, bagi seorang konsumen untuk menganalisisnya sangat berguna karena merek mengandung janji kepada pembeli dalam menjamin dan menyajikan manfaat, kualitas suatu produk, dan lainnya yang dapat membuat konsumen yang membeli produk tersebut tidak hanya melihat mereknya saja yang dikarenakan oleh berbagai faktor hal seperti merek yang sudah dikenal banyak orang ataupun yang memiliki suatu kualitas produk yang menjamin.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:151) merek merupakan nama, istilah, symbol, atau desain atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi produk atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan barang atau jasa dari para pesaing, dimana percetakan itu sendiri memiliki harga yang cukup bersaing dengan percetakan lainnya, terdapat banyak sekali kualitas yang dianungi oleh suatu perusahaan besar dengan harga yang sama dan dengan kualitas yang mungkin berbeda, akan tetapi harga yang terdapat pada CV.Cici Souvenir Palembang tetap menyesuaikan dengan kualitas dari produk itu sendiri, contohnya produk seperti undangan pernikahan di CV.Cici Souvenir Palembang mempunyai harga kisaran mulai dari Rp.2.000 – Rp.15.000 harga itu sendiri sesuai dengan bahan kertas yang digunakan seperti pada undangan pernikahan kertas Matt paper yaitu kertas yang menyerupai art paper akan tetapi kertas ini memiliki permukaan yang matt yang berarti permukaannya tidak berkilau, kertas jasmine ialah kertas yang paling populer digunakan karena memiliki banyak kelebihan tentang tekstur gramatur yang tebal dengan efek glitter

Berikut hasil dari penjualan selama dua tahun terakhir yang berada di CV.Cici Souvenir Palembang

**Table 1.1**  
**Perbandingan Tingkat**  
**Penjualan Percetakan Tahun 2021-2022**

<b>Bulan</b>	<b>Tahun 2020</b>	<b>Tahun 2021</b>
Januari	Rp. 5.150.000	Rp. 9.750.000
Februari	Rp. 5.410.000	Rp. 8.200.000
Maret	Rp. 4.720.000	Rp. 11.000.000
April	Rp. 4.500.000	Rp. 9.000.000

Mei	Rp. 5.210.000	Rp. 9.270.000
Juni	Rp. 7.200.000	Rp. 12.312.000
Juli	Rp. 5.850.000	Rp. 5.560.000
Agustus	Rp. 6.850.000	Rp. 8.425.000
September	Rp. 4.000.000	Rp.3.257.000
Oktober	Rp. 3.200.000	Rp.6.215.000
November	Rp. 3.150.000	Rp. 10.270.000
Desember	Rp. 4.270.000	Rp. 12.115.000
<b>Total Penjualan</b>	<b>Rp. 59.510.000</b>	<b>Rp. 105.374.000</b>

(Sumber : CV. Cici Souvenir Palembang,2021)

Berdasarkan tabel di atas dapat di ketahui bahwa penjualan percetakan souvenir Cici mengalami tingkat penurunan drastis di tahun 2020 Kenaikan dan penurunan penjualan pada percetakan juga bisa disebabkan tingkat persaingan bisnis yang terjadi seperti percetakan yang membanting harga pasaran yang belum tentu kualitas yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ke dalam bentuk Skripsi dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada CV.Cici souvenir Palembang** ”

## 1.2. Rumusan Masalah

Adapun Masalah yang timbul dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat Pengaruh Kualitas Produk, Harga , Merek Secara Simultan terhadap keputusan pembelian kosumen pada CV. Cici Souvenir Palembang?

2. Apakah terdapat Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV. Cici Souvenir Palembang ?
3. Apakah terdapat Pengaruh Harga Secara Parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV.Cici Souvenir Palembang ?
4. Apakah terdapat Pengaruh Merek Secara Parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV.Cici Souvenir Palembang ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Merek Secara Simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV.Cici Souvenir Palembang ?
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV.Cici Souvenir Palembang ?
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga Secara Parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV. Cici Souvenir Palembang ?
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Merek Secara Parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV.Cici Souvenir Palembang ?

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini di harapkan dapat dijadikan refensi dan pertimbangan agar lebih baik lagi bagi CV.Cici Souvenir Palembang dalam meningkatkan Kualitas Produk,



Harga, dan Merek yang diinginkan sebagai bahan pertimbangan dalam keputusan pembelian.

## 2. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan wawasan yang luas bagi penulis mengenai manajemen pemasaran khususnya yang berhubungan dengan kualitas produk, Harga, dan Merek dalam Keputusan Pembelian suatu produk.

## 3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dalam memperdalam ilmu pengetahuan pemasaran serta dapat digunakan sebagai pembandingan bagi pembaca yang ingin melakukan penelitian di bidang pemasaran khususnya yang berkaitan tentang Kualitas Produk, Harga, dan Merek dan Keputusan Pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. (2010), *Building Strong Brands*. New York: The free Press.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi VI. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006
- Arumsari, Dheany. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek Aqua*. Semarang : Universitas Diponegoro, 2012
- Assauri, Sofjan.2013.*Manajemen Pemasaran* .Jakarta:Rajawali Pers
- Cysara, Frans Abadi. 2015. *Indikator – Indikator Keputusan Pembelian*
- Djanika Tjetjep (2007) *Komunikasi pemasaran Bandung PT Remaja Rosdakarya*
- Fandy Tjiptono,dan Georgeous Chandra.2012.*Servive,Quality and Sarisfaction* (ed.3) Yogyakarta .Andi
- Ghozali, imam . 2016. *Aplikasi Analisis multifariet dengan program SPSS* . Cetakan VIII.Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jalaludin,Achmad, et al.“Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada pelanggan Aryka Shop di Kota Malang)”.  
*Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 21 No. 1 April 2015 – Universitas Brawijaya Malang, 2015*
- Kusumastuti, Fitria . 2010 . *Pengaruh Harga, Atribut Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telepon Seluler Sony Ericsson(Studi Kasus di Kabupaten Temanggung )*
- Kotler, Philip dan Amstrong, (2012) *Principle of marketing,15<sup>th</sup> Edition*. Person Education Limited
- Kotler, Phillip dan Amstrong, Gary, (2014), *Principles of marketing, 12<sup>thv</sup> Edition*.jilid.
- Kotler dan Amstrong, Yudhi. 2008 . “ Kualitas produk, merek dan desainpengaruhnya terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha mio”. *Jurnal EMBA. Vol.1.No.3.Juni*
- Koto, Dessy Kartika F. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse All Star pada Mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Methodist Medan”. *Skripsi – Universitas Sumatera Utara, 2017*

- Mega, T Maretia dan Soni Harsono, “Pengaruh Harga, Nilai Manfaat dan Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Blackberry di Surabaya”.  
Journal of Business and Banking Volume 3 No. 2 November 2013 – STIE Perbanas, Surabaya, 2013
- Melly, et al. “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Toshiba pada Mahasiswa di Kota Padang . E  
Journal Fakultas Ekonomi – Universitas Bung Hatta Padang, 2013
- Sugiyono. 2018 *Metode Penelitian Bisnis . Bandung. Alfabert*
- Wahid, Muhammad Agus. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek dan Nilai Pelanggan”. E  
Prints Undip – Universitas Diponegoro, Semarang
- Wijaya, Fredy. “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza”. Artikel Ilmiah – STIE Perbanas Surabaya, 2017
- (www.statistikian.com) diakses pada 28 Desember pukul 17.28 WIB
- “Pengertian dan Tutorial Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser”
- Tjiptono, Fandy. Strategi Pemasaran Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset, 2008
- Yuniarti, Yenny. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online”. E-Journal Volume 18, Nomor 1 Januari – Juni 2016 – Universitas Jambi, 2016
- Yuska, Adithya Kesuma. “Analisa Hubungan Strategi Penetapan Harga terhadap Positioning Produk (Studi Kasus di PT Sido Muncul, Semarang, Jawa Tengah)”. Skripsi – Institut Pertanian Bogor, 1996