

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SARI ROTI PADA  
PT NIPPON INDOSARI CORPINDO TBK PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat –Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



**Diajukan Oleh**

**REYNALDI ALKHAFILANO**

**1801110185**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TRIDINANTI  
PALEMBANG**

**2022**

UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI  
PALEMBANG

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : REYNALDI ALKHAFILANO

Nomor Pokok/NIM : 18.01.11.085

Jurusan/Prog. Studi : Manajemen

Jenjang Pendidikan : Strata 1

Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran

Judul Proposal : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga  
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Pada  
PT Nippon Indosari Coripindo Tbk Palembang

Pembimbing Skripsi :


Tanggal *28-09-2022* Pembimbing I : Hj. Agustina Marzuki, S.E., M.Si  
NIDN : 0008086502

Tanggal *28-09-2022* Pembimbing II : Herlan Djunaidi, S.E., M.Si  
NIDN : 0219086101

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

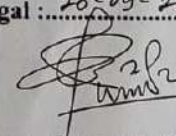
Tanggal *28-09-2022*

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

NIDN : 0205026401

Ketua Prodi Manajemen,

Tanggal : *28-09-2022*

  
Mariyam Zanariah, SE, MM

NIDN : 0222096301




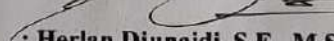
UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI  
PALEMBANG

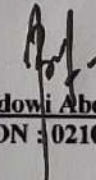
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : REYNALDI ALKHAFILANO  
Nomor Pokok/NIM : 18.01.11.085  
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata 1  
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran  
Judul Proposal : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Pada PT Nippon Indosari Coripindo Tbk Palembang

Pembimbing Skripsi :

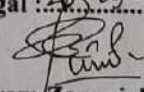
Tanggal 28-09-2022 Ketua Penguji :  Hj. Agustina Marzuki, S.E., M.Si  
NIDN : 0008086502

Tanggal 28-09-2022 Penguji I :  Herlan Djunaidi, S.E., M.Si  
NIDN : 0219086101

Tanggal 28-09-2022 Penguji II :  Baidowi Abdhie, SE.MP  
NIDN : 0210116101

Mengetahui,

  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Tanggal : 28-09-2022  
  
Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si, Ak, CA, CSRS  
NIDN : 0205026401

Ketua Prodi Manajemen  
Tanggal : 28-09-2022  
  
Mariyam Zanariah, SE, MM  
NIDN : 0222096301

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Reynaldi Alkhafilano

Nomor Pokok/NIM : 18.01.11.00.85

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

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

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

Palembang, 19 September 2022



(Reynaldi Alkhafilano)

**Motto :**

***“Hidup Berakal Mati Beriman” -Reynaldi Alkhafilano***

***“Jika kamu tak dapat melakukan hal yang besar, maka lakukan dari hal yang kecil namun dengan cara yang hebat”***

***Kupersembahkan untuk :***

- 1. Allah SWT***
- 2. Kedua orang tuaku yang terkasih***
- 3. Saudaraku yang tersayang***
- 4. Almamater Kebanggaanku***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis diberikan kemudahan dan kelancaran untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk Palembang”**

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari tidak luput dari kesalahan dan kekhilafan, hal ini dikarenakan oleh terbatasnya pengetahuan dan kemampuan yang di miliki penulis. Untuk itu kritik dan saran yang sifatnya membangun penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi.

Selain itu, penulis juga banyak mendapat bantuan baik moril maupun spritual serta bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Dengan demikian, pada kesempatan ini penulis dengan tulus dan ikhlas ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Ibu Dr. Ir. 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.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang,
4. Ibu Mariyam Zanariah, SE,MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen,
5. Ibu Hj. Agustina Marzuki, S.E., M.Si., selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengoreksi, dan memotivasi penulis sehingga proposal skripsi untuk dapat di selesaikan,
6. Bapak Herlan Junaidi, S.E., M.Si. selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan berusaha keras memberi petunjuk dan arahan serta mengoreksi guna penyelesaian proposal skripsi ini,

7. Bapak dan Ibu seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang,
8. Kedua orang tua tercinta dan keluarga yang senantiasa memberikan do'a restu, dukungan, kasih sayang, perhatian, semangat, bantuan moril dan meteril serta do'a yang tak pernah berhenti untuk keberhasilanku,
9. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, atas dukungan, bantuan, do'a setulus hati, perhatian, kasih sayang, dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis selama ini.
10. Masyarakat Kelurahan Kerapati Palembang
11. Kepada Tim Sparepart yang telah mensupport dan memberi pengerian atas jadwal kuliah dan kerja saya.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua khususnya seluruh mahasiswa Universitas Tridianti Palembang. Baik sebagai bahan referensi maupun untuk menambah ilmu pengetahuan.

Palembang, September 2022

Penulis

**Reynaldi Alkhafilano**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL...</b>	<b>i</b>
<b>TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>ix</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN.....</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>ABSTRAK.....</b>	<b>xiv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II .....</b>	<b>9</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1. Kajian Teoritis.....	9
2.1.1. Pengertian Produk.....	9
2.1.2. Pengertian Kualitas Produk .....	9
2.1.3. Tujuan Kualitas Produk.....	10
2.1.4. Indikator Kualitas Produk.....	11
2.2. Citra Merek .....	12
2.2.1. Pengertian Citra Merek.....	12



2.2.2. Faktor Pengukur Citra Merek .....	13
2.2.3. Indikator Citra Merek.....	13
2.3. Harga.....	14
2.3.1. Pengertian Harga.....	14
2.3.2. Metode Penetapan Harga.....	146
2.3.3. Strategi Penetapan Harga.....	19
2.3.4. Tujuan Penetapan Harga.....	19
2.3.5. Indikator Harga .....	22
2.4. Keputusan Pembelian .....	23
2.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	23
2.4.2. Proses Keputusan Pembelian .....	24
2.4.3. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	27
2.4.4. Indikator Keputusan Pembelian.....	28
2.5. Penelitian Yang Relevan.....	29
2.6. Kerangka Berfikir .....	32
2.7. Hipotesis Penelitian .....	33
<b>BAB III.....</b>	<b>35</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian .....	35
3.1.1. Tempat Penelitian .....	35
3.1.2. Waktu penelitian .....	35
3.2. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.2.1 Sumber Data .....	36
3.2.2. Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	38
3.3.1. Populasi .....	38
3.3.2. Sampel dan Teknik Sampling .....	38
3.4. Rancangan Penelitian.....	39
3.5. Variabel Dan Definisi Oprasional Variabel .....	40
3.5.1. Variabel Penelitian .....	40
3.5.2. Definisi Operasional Variabel .....	41
3.6. Uji Validitas .....	44
3.6.1. Uji Reliabilitas .....	44

3.7. Uji Normalitas .....	45
3.8. Uji Asumsi Klasik.....	45
3.8.1. Uji Heteroskedastisitas .....	45
3.8.2. Uji Multikolonieritas .....	46
3.9. Teknik Analisis Data .....	46
3.9.1. Regresi Linier Berganda.....	46
3.9.2. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	47
a. Uji Simultan (Uji F) .....	47
b. Uji Parsial (Uji t).....	478
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	50
4.1.1. Profil Perusahaan .....	50
4.1.2. Struktur Organisasi .....	52
4.1.3. Kegiatan Umum Perusahaan.....	60
4.2. Pembahasan dan Interpretasi .....	60
4.2.1. Karakteristik Responden .....	60
4.2.2. Uji Validitas .....	63
4.2.3. Uji Reliabilitas .....	69
4.3. Uji Normalitas .....	72
4.4. Uji Asumsi Klasik.....	73
4.4.1. Uji Heteroskedastisitas.....	73
4.4.2. Uji Multikolinearitas.....	74
4.5. Teknik Analisis Data .....	75
4.5.1. Regresi Linear Berganda.....	75
4.5.2. Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	77
4.5.3. Uji Hipotesis.....	78
4.6. Pembahasan .....	82

4.6.1. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga secara simultan berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk Palembang.....	82
4.6.2. Pengaruh Kualitas Produk secara Parsial berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk Palembang .....	83
4.6.3. Pengaruh Citra Merek secara Parsial berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk Palembang .....	84
4.6.4. Pengaruh Harga secara Parsial berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk Palembang .....	85
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>86</b>
5.1. Kesimpulan.....	86
5.2. Saran .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>90</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Sari Roti Tahan 2017–2021.....	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Sari Roti Tahan Di Kelurahan Kertapati Palembang ...	4
Tabel 2.1 Penelitian Yang Relevan.....	30
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian .....	35
Tabel 3.2 Skala Likert Pengukuran.....	37
Tabel 3.3 Jumlah RT Dan Penduduk Di Kelurahan Kertapati Palembang .....	38
Tabel 3.4 Operasional Variabel .....	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	63
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualias Produk X1.....	64
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek X2.....	65
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Harga X3 .....	67
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Y.....	68
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk X1 .....	70
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek X2 .....	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga X3 .....	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian Y .....	72
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas .....	73
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	74
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	75
Tabel 4.15 Regresi Linear Berganda.....	76
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	78
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	79
Tabel 4.18 Hasil Uji (t) .....	81

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....	23
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir .....	33
Gambar 4.1 Logo PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk.....	52
Gambar 4.2 Struktur Organisasi .....	54

## ABSTRAK

**REYNALDI ALKHAFILANO, Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk Palembang. (dibawah bimbingan Ibu Hj. Agustina Marzuki, S.E., M.Si. dan Bapak Herlan Junaidi, S.E., M.Si)**

Skripsi ini pada dasarnya membahas Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan pengaruh Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk Palembang secara simultan maupun parsial. Penelitian ini menggunakan analisis linear berganda. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linear berganda, uji asumsi klasik, koefisien determinasi, uji simultan (F) dan uji parsial (t) dengan menggunakan SPSS 22.0.

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut : Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian nilai signifikan F sebesar  $(0,000 < 0,05)$ . Sedangkan secara parsial variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai signifikan sebesar  $(0,008 < 0,05)$ . Variabel Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai signifikan sebesar  $(0,002 < 0,05)$ . Variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian nilai signifikan sebesar  $(0,014 < 0,05)$ .

Bagi PT Nippon Indosari Corpindo Tbk Palembang untuk dapat meningkatkan inovasi dalam pembuatan produk agar lebih menarik untuk menciptakan citra merek semakin baik bagi produsen dan dapat memberikan harga yang terjangkau.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Keputusan Pembelian.

## **RIWAYAT HIDUP**

Reynaldi Alkafilano, dilahirkan di Palembang 06 Oktober 1996 dari Pasangan Ayah Sulaiman dan Ibu Vivin Eka Yanti, anak kedua dari 3 bersaudara.

Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2009 di SDN 234 Palembang, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2012 di SMP Bina Jaya Palembang dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Atas pada tahun 2015 di YWKA Palembang. Pada tahun 2018 memilih melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi di Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang    September 2022

**REYNALDI ALKHAFILANO**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan bisnis roti di Indonesia terus mengalami pertumbuhan, baik usaha kecil, menengah (*boutique bakery*) maupun besar (*mass production*). PT Nippon Indosari Corpindo Tbk adalah salah satu yang memainkan perannya dalam industri *bakery* dengan *mass production* dengan merek produk Sari Roti. Pada kondisi persaingan industri roti yang semakin ketat, PT Nippon Indosari Corpindo Tbk harus mampu menjaga kelangsungan hidup perusahaan dengan meningkatkan Kualitas Produk, dan Citra Merek perusahaan agar mampu membuat Harga terjangkau untuk semua kalangan masyarakat.

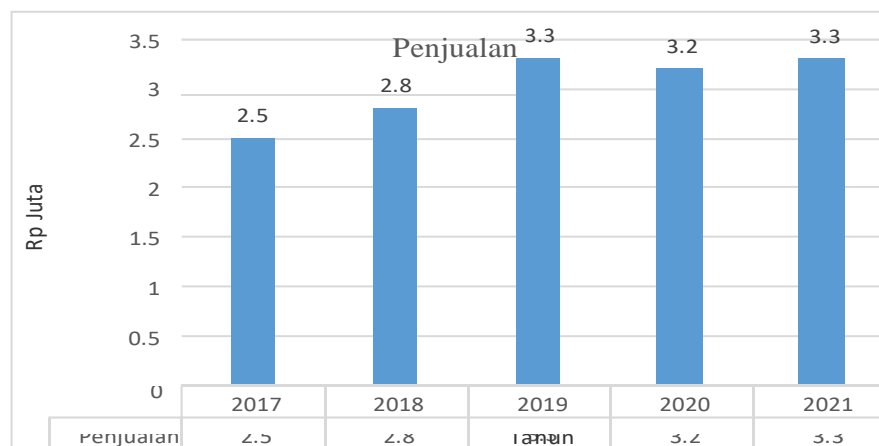
PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk secara konsisten selalu membina dan menjaga hubungan baik dengan masyarakat selaku konsumen produk Sari Roti, dengan cara melakukan komunikasi pemasaran untuk menjaga produk Sari Roti sebagai *Top of mind* produk roti pilihan masyarakat. Program pemasaran yang diterapkan dengan mengusung tema “Halal, *Healthy, Hygienic*”(3H). Aktivitas kegiatan pemasaran tersebut dilakukan secara berkesinambungan dan dilaksanakan secara langsung di bawah pengawasan *departement marketing* perseroan.

Sari Roti merupakan merek dagang roti yang dimiliki oleh PT. Nippon Indosari Corpindo, Tbk. Beberapa produk Sari Roti antara lain Roti Tawar Spesial 6 Slices, Roti Tawar Keju, *Sandwich* Isi Coklat, *Sandwich* Isi Krim *Peanut*, *Chiffon Cup Cake Strawberry*, *Chiffon Cup Cake Pandan*, *Chiffon Cup Cake*



Coklat, Roti Isi *Mix Fruit*, Roti Isi Krim Coklat Vanilla, Roti Isi Krim Coklat, Roti Isi Krim Keju, dan beberapa varian produk lainnya. Dengan tetap dijaganya komitmen Sari roti dalam proses produksi mulai dari tahap pemilihan bahan-bahan yang berkualitas, tahap pemrosesan hingga pendistribusian yang dilakukan secara profesional dengan bantuan tenaga-tenaga ahli di bidangnya membuat perusahaan ini selalu menjadi makanan pilihan bagi keluarga Indonesia. Berikut ini data penjualan sari roti tahun 2017 – 2021 di Indonesia.

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Sari Roti Tahun 2017–2021 Di Indonesia**  
**Dalam Rupiah**



Sumber : PT Nippon Indosari Corpindo Tbk 2022

Perusahaan produsen roti merek Sari Roti, PT Nippon Indosari Corpindo Tbk. (SARI ROTI), meraup penjualan sebesar Rp 3,29 triliun pada 2021. Penjualan tersebut meningkat 2,4% dibandingkan tahun sebelumnya. Menurut Direktur Nippon Indosari Corpindo Tbk, Arlina Sofia, Perseroan telah menempuh sejumlah strategi agar penjualan dapat tumbuh secara berkelanjutan. Selama tahun 2021, Sari Roti memilih tidak hanya berfokus pada area perumahan dan wilayah di perkotaan, dan *quote* : “Kami berhasil meluncurkan produk-produk

baru yang sesuai dengan kebutuhan konsumen pada masa pandemic”. Tak kalah penting juga mengoptimalkan dan memperluas sebaran kanal distribusi agar semakin dekat dengan keluarga Indonesia, sebagai konsumen loyal Sari Roti, kata Arlina dalam siaran pers tertulis. Hasil penjualan tercermin berdasarkan kontribusi wilayah operasional.

Penjualan dari wilayah barat dan timur mengalami peningkatan sebanyak 10% yang jauh lebih tinggi dari pada wilayah tengah yang belum optimal pertumbuhannya dibanding tahun sebelumnya. Meskipun demikian, wilayah tengah masih tetap mendominasi dengan kontribusi 56,7% terhadap total penjualan perseroan pada tahun 2021.

Sari Roti juga menyatakan berbagai inisiatif dalam pengelolaan proses produksi dan operasional telah mampu meningkatkan profitabilitas dan kinerja keuangan perseroan. Meskipun pada tahun 2021 harga bahan baku sudah mengalami kenaikan yang menekan laba kotor, akan tetapi Perseroan berhasil memperbaiki margin laba bersih menjadi 8,6% dari hanya 6,7% pada tahun 2020. Jika dilihat penjualan Sari Roti sejak 2017, trennya cenderung meningkat. Meskipun penjualan Sari Roti sempat menurun pada 2020 karena terdampak pandemi Covid-19, tetapi perseroan mencatatkan kinerja yang baik lantaran tetap menjaga Net Profit Margin pada level yang sehat 6,7%. Produsen Sari Roti memperoleh sebesar Rp 209 Miliar hingga Kuartal III 2021.

Maraknya bisnis roti mengharuskan perusahaan menciptakan usaha yang tampil berbeda untuk selalu melakukan perubahan atau inovasi dan memberikan kualitas produk yang terbaik sehingga menarik minat konsumen untuk membeli

produk roti dan dapat mempertahankan keberlangsungan perusahaan. Konsumen dapat diartikan tidak sekedar membeli produk namun sekaligus membeli layanan yang menyertainya. Pada umumnya konsumen akan merasa senang jika diberi produk yang berkualitas dan harga yang murah dengan merek yang sudah ternama di Indonesia dan dipandang penting sehingga akan timbul keputusan dalam membeli barang / jasa dan menjadi loyal pada perusahaan tersebut.

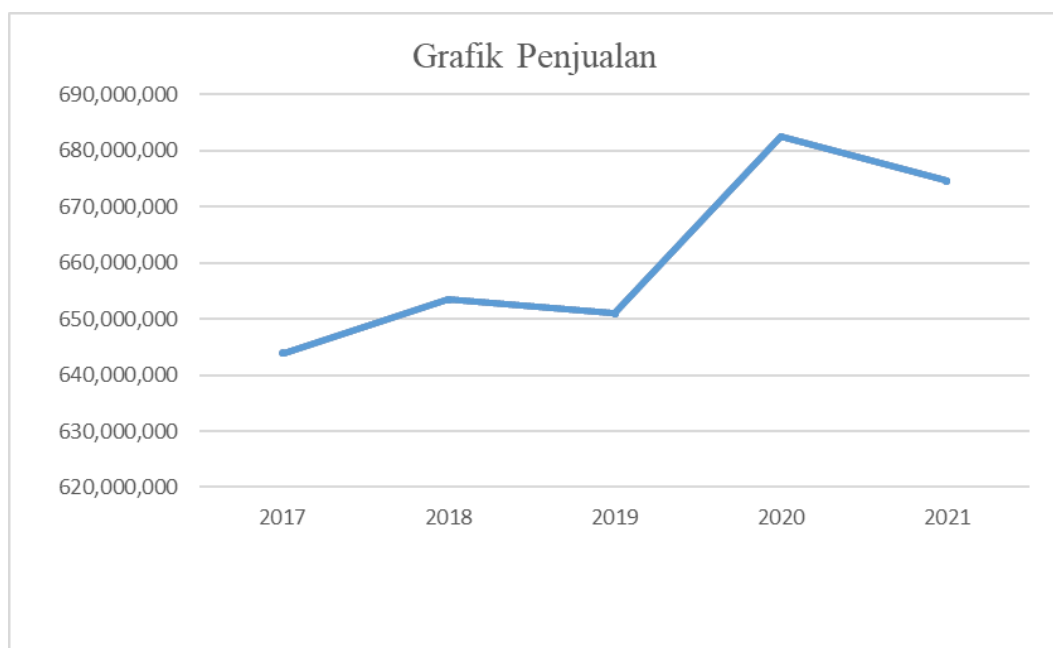
Keputusan pembelian terhadap suatu produk tidak terlepas dari apa yang diberikan oleh perusahaan seperti memberikan kualitas produk yang baik, citra merek yang ditawarkan, dan harga yang terjangkau menjadi salah satu faktor penting dalam keputusan pembelian.

Di Indonesia sendiri semakin marak dengan banyaknya perusahaan roti baru yang berdiri dan memberi daya saing, Perubahan gaya hidup masyarakat inilah yang mendorong PT Nippon Indosari Corpindo Tbk untuk meningkatkan Kualitas Produk dan mempertahankan agar tetap menjadi perusahaan roti No.1 di Indonesia.

Selain itu PT Nippon Indosari Corpindo Tbk memiliki banyak varian roti dan memberikan citra merek yang baik dimata masyarakat Indonesia. PT Nippon Indosari Corpinda Tbk terus berusaha untuk tetap berinovasi dalam menciptakan varian roti yang sesuai dengan lidah masyarakat Indonesia, dengan Harga yang terjangkau. Tentu saja hal ini diharapkan dapat meningkatkan daya beli masyarakat dan mempertahankan pelanggan.

Dari uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Kelurahan Kertapati Palembang di karenakan peneliti melihat data penjualan produk Sari Roti di Palembang yang terbagi dari beberapa wilayah yang ada di Kota Palembang dan khususnya di Kelurahan Kertapati Palembang dari tahun 2017-2021 penjualannya yang terus ada peningkatan penjualan dan peneliti melihat untuk di wilayah khususnya Kelurahan Kertapati Palembang penjualan Produk Sari Roti yang paling stabil dan terus meningkat dengan di dasarkan dari data penjualan produk Sari Roti yang ada di wilayah Kota Palembang tersebut. Berikut tabel data penjualan produk Sari Roti tahun 2017-2021 di Palembang :

Tabel 1.2  
**Data Penjualan Sari Roti Di Kelurahan Kertapati Palembang  
Tahun 2017–2021 Dalam Rupiah**



Dengan ini peneliti mengangkat topik yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk Palembang”**

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga secara simultan berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk Palembang ?
2. Apakah Kualitas Produk secara parsial berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk Palembang ?
3. Apakah Citra Merek secara parsial berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk Palembang ?
4. Apakah Harga secara parsial berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk Palembang ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan :

1. Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga secara simultan berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk Palembang.
2. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk Palembang.
3. Citra Merek secara parsial berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk Palembang.
4. Harga secara parsial berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk Palembang.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan yaitu :

##### **A. Manfaat Akademik :**

1. Bagi Almamater

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis mengenai pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk Palembang.

2. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian

mengenai pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap keputusan pembelian produk sari roti pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk Palembang.

3. Bagi Peneliti

Meningkatkan wawasan pengetahuan agar lebih memahami mengenai pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian produk Sari Roti Pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk Palembang.

**B. Manfaat Praktis**

1. Bagi Masyarakat Kelurahan Kertapati Palembang

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang dapat dijadikan masukan bagi Masyarakat Kelurahan Kertapati dalam melakukan Pembelian Produk Sari Roti Pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk Palembang, khususnya pada produk – produk unggulan dan Harga yang terjangkau.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen terutama untuk melihat pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk Palembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andi (2015:128) Panduan Kreatif Membuat Bahan Ajar Inovatif. Yogyakarta: Diva Press.
- AINIYAH, K. (2015). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian ulang kerudung merek rabbani i kecamatan manyar gresik (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Alma, B. (2013). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto. (2010). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Assauri, Sofjan.(2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Direktorat Tenaga Kependidikan Dirjen Peningkatan Mutu Pendidikan dan Tenaga Kerja Kependidikan Depdiknas (2008). Penulisan Modul. Jakarta:Depdiknas.
- Etta dan Sopiah (2013:332) Perilaku Konsumen. Yogyakarta. Andi.
- Handoko (2002 : 23) Manajemen Personalialia dan Sumberdaya Manusia.Yogyakarta: BPFE.
- Ibert Kurniawan. 2014. Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis. BandungL Alfabeta.
- Tjiptono, 2015, Strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.Kerby 2004, Jurnal Bisnis Manajemen Bisma Volume 6 No.2 Februari 2014.
- Tjiptono, Pemasaran Jasa, Penerbit Banyumedia Publishing, Jawa Timur2017.
- Kotler dan Keller (2014:8-10) Manajemen Pemasaran . Diterjemahkan oleh SabranBob. Edisi tiga belas. Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler Philip dan Kevin L. Keller, 2016. Manajemen Pemasaran, Global Edition.
- Kotler dan Keller (2016), Manajemen Pemasaran . Diterjemahkan oleh Sabran Bob.  
Edisi tiga belas. Jilid 2, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler Philip dan Kevin L. Keller, 2016. Manajemen Pemasaran, Global Edition.



- Mudrajad Kuncoro, (2013). "Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi" Edisi 4. Jakarta: Erlangga.
- Pedoman Penulisan Skripsi dan Laporan Akhir, Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang 2021.
- Robbins, Stephen P. and Mary Coulter. 2016. Manajemen, Jilid 1 Edisi 13, AlihBahasa: Bob Sabran Dan Devri Bardani P, Erlangga, Jakarta..
- Purwanto. (2016). Evaluasi Hasil Belajar. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Setiadi, Nugroho J.2003. Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategidan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.