

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN MOTIVASI
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KERAJINAN BRUKAT PADA LACE LYNELLE CABANG
PALEMBANG PALEMBANG**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S.E)*



Diajukan Oleh:
Zhaqiroh In Am Ramadan
NPM. 2001110534


**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI
2024**


UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : ZHAQIROH IN AM RAMADAN
Nomor Pokok Mahasiswa : 2001110534
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Motivasi
Konsumen terhadap Keputusan Pembelian
Kerajinan Brukat pada Lace Lynelle cabang
Palembang".

Pembimbing Skripsi

Tanggal 9-9-2024 Pembimbing I: 
Agustina Marzuki, SE, MSi
NIDN: 0008086502

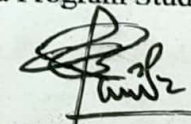
Tanggal 9-1-2024 Pembimbing II: 
Herman Efrizal, SE, MM
NIDN: 02020666002

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Misy Mikiel, SE, M.Si, Ak.CA, CSRS
NIDN: 0205026401

Ketua Program Studi


Mariyam Zanariah, SE, MM
NIDN. 0222096301


104/PS/DFEB/24

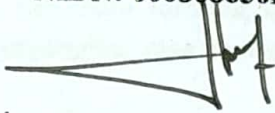
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

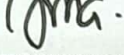
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : ZHAQIROH IN AM RAMADAN
Nomor Pokok Mahasiswa : 2001110534
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Motivasi
Konsumen terhadap Keputusan Pembelian
Kerajinan Brukat pada Lace Lynelle cabang
Palembang".


Penguji Skripsi :

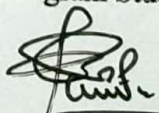
Tanggal 9-9-2024 Ketua Penguji : 
Agustina Marzaki, SE, MSi
NIDN: 0008086502

Tanggal 1-9-2024 Penguji I : 
Herman Efrizal, SE, MM
NIDN: 02020666002

Tanggal 5-4-2024 Penguji II : 
Dr. M. Ima Andriyani, SE, MSi
NIDN: 0201018001

Mengesahkan:


Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Misy Mikial, SE, M.Si, Ak.CA, CSRS
NIDN. 0205026401

Ketua Program Studi

Mariyam Zanariah, SE, MM
NIDN. 0222096301

101/PS/DFEB/24

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : ZHAQIROH IN AM RAMADAN
NPM : 2001110534
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I (S1)
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Motivasi
Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan
Bukat pada Lace Lynelle Cabang Palembang

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau yang diterbitkan orang lain. Kecuali, yang tertulis diacu dalam makalah ini dan disebutkan dalam referensi apabila dikemudian hari **terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan yang berlaku.**

Palembang, 2024

Peneliti



Zhaqiroh In Am Ramadan

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan naskah skripsi yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KERAJINAN BRUKAT PADA LACE LYNELLE CABANG PALEMBANG

Tulisan ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, dukungan, doa serta dorongan semangat dari semua pihak. Untuk ini penulis sangat berterima kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya yang tercinta yang telah memberikan semangat setiap harinya dalam penyelesaian skripsi ini, yang sudi menyemangati saya dalam penyelesaian skripsi ini sehingga terselesainya skripsi ini dengan baik, semoga penulis jadi kebanggaan keluarga.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Efrizal AE,M.S, Selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang
3. Ibu Dr. Msy. Mikial, AE., M.Si. Ak.CA.CSRS, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti Palembang
4. Ibu Dr. M. Ima Andriyani, SE.,M.Si selaku Wakil Dekan I Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
5. Ibu Mariyam Zanariah, S.E, M.M, Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Tridinanti Palembang.
6. Ibu Agustina Marzuki, SE, M.Si, Selaku Dosen Pembimbing I telah memberikan bimbingan selama masa penelitian.
7. Bapak Herman Efrizal, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah memberi bimbingan selama masa penelitian.
8. Kepada seluruh Staff tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Tridinanti yang sudah memberikan bantuan.

9. Terimakasih untuk teman baik Gita Fariansyah yang selalu mendukung dan menginspirasi dari awal perkuliahan sampai akhir perkuliahan ini untuk tetap semangat dan terus berkarya.
10. Sahabat serta rekan seperjuangan dalam mengerjakan tugas akhir yang selalu bersama-sama dan selalu memberikan dukungan.
11. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian tugas akhir ini. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Palembang, Maret 2024

Peneliti

Zhaqiroh In Am Ramadan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL_	i
HALAMAN PERSETUJUAN_	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
KATA_PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
RIWAYAT HIDUP	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Skema Penulisan Skripsi.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori.....	10
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	10
2.1.2 tipe-tipe keputusan pembelian.	11
2.1.3 Indikator Keputusan Konsumen.....	13
2.2 Kualitas Produk	14
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	14
2.2.2 Faktor-faktor kualitas produk.....	15
2.2.3 Indikator- indikator	16
2.3 Harga	17
2.3.1 Pengertian Harga.....	17
2.3.2 Metode Penetapan Harga.....	17
2.3.3 Indikator Harga	19

2.4 Motivasi Konsumen.....	20
2.4.1 Pengertian Motivasi Konsumen	20
2.4.2. Asas Motivasi Asas motivasi	22
2.4.3 Tujuan Motivasi Konsumen.....	23
2.4.4 Indikator Motivasi Konsumen	23
2.5 Penelitian Terdahulu.....	24
2.6. Kerangka Berpikir	26
2.7 Hipotesis	28

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu penelitian.....	29
3.1.1 Tempat Penelitian	29
3.2.1 Waktu Penelitian.....	29
3.2 sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.2.1 Sumber Data.....	30
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.3.2 Sampel dan Sampling	32
3.4 Rancangan Penelitian.....	33
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	33
3.5.1 Variabel Penelitian.....	33
3.5.2 Definisi Operasional Variabel.....	34
3.6 Instrumen Penelitian	36
3.6.1 Uji Validasi	37
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	38
3.7 Teknis Analisis Data.....	38
3.7.1 uji Asumsi Klasik.....	38
3.7.2 Koefisien Korelasi (r)	39
3.7.3 Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	40
3.7.4 Regresi Linear Berganda.....	40
3.7.5 Uji Hipotesis Penelitian	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	44
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	38
4.1.2 Struktur Organisasi	45
4.1.2.1 Struktur Organisasi.....	45
4.1.2.3 Uraian Tugas	46
4.2 Pembahasan	47
4.2.1 Deskripsi Responden	38
1 Karakteristik Responden	47
2 Karakteristik Jenis Kelamin	47
3 Karakteristik Umur.....	48
4 Karakteristik Pendidikan.....	48
1 Karakteristik Konsumen Lama/Baru.....	49
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	51
4.3.1 Uji Validitas	38
4.3.2 Uji Reabilitas	38
4.4 Teknik Analisis Data	56
4.4.1 Analisis Statistik Deskripsi.....	38
4.4.2 Uji statistik inferensial	38
4.4.2.1 Uji asumsi klasik.....	60
4.4.2.2 Koefisien Korelasi.....	60
4.4.2.3 Koefisien Determinasi.....	60
4.4.2.4 Regresi Linier Berganda	60
4.5 Uji Hipotesis	62
4.5.1 Uji Parsial (t).....	62
4.5.2 Uji Simultan (f).....	65
4.5.3 Hasil Pembahasan	66

BAB V Kesimpulan dan saran

5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Data penjualan dalam 3 tahun 2019-2022.....	5
2.1 Penelitian terdahulu.....	24
3.1 Kegiatan penelitian	29
3.2 variabel penelitian dan definisi operasional variabel	34
3.3 Skala Likert.....	36
3.4 intersepsi koefisien korelasi nilai r.....	40
4.1 Karakteristik Responden	47
4.2 Karakteristik Jenis Kelamin	47
4.3 Karakteristik Umur	48
4.4 Karakteristik Pendidikan.....	48
4.5 Karakteristik Konsumen Lama/Baru	49
4.6 Uji Validitas Kualitas produk	51
4.7 Uji Validitas Harga	52
4.8 Uji Validitas Motivasi Konsumen.....	53
4.9 Uji Validitas Keputusan Pembelian	54
4.10 Uji Reliabilitas	55
4.11 Analisis Deskriptif	56
4.12 Uji Multikolinieritas.....	59
4.13 Uji Korelasi Koefisien	60
4.14 Uji Koefisien Determinasi	61
4.15 Regresi Linier Berganda	62
4.16 Uji Parsial.....	63
4.17 Uji Simultan	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
2.1 Skema Kerangka Berfikir.....	27
4.1 Struktur Organisasi	45
4.2 Uji Normalitas.....	57
4.3 Uji Heterokedisitas.....	58

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan Kualitas Produk, Harga dan Motivasi Konsumen berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Brukat Pada Lace Lynelle cabang Palembang. Data yang digunakan adalah data primer dengan survei terhadap responden dan menggunakan skala likert. Sampel yang digunakan adalah rumus slovin dengan pengambilan sampel berjumlah 72 responden dari populasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian kerajinan brukat pada lace lynelle cabang Palembang, (2) variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian kerajinan brukat pada lace lynelle cabang Palembang, (3) variabel motivasi konsumen berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel keputusan pembelian kerajinan brukat pada lace lynelle cabang Palembang, (4) variabel kualitas produk, harga dan motivasi konsumen secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian kerajinan brukat pada lace lynelle cabang Palembang.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga dan Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Brukat pada Lace Lynelle cabang Palembang

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Zhaqiroh In Am Ramadan atau akrab disapa Deza, lahir di Palembang 15 Desember 2001. Penulis merupakan anak pertama dari Bapak Nurdin dan Ibu Santi.

Menempuh pendidikan di SDN 75 Palembang 2007-2013, SMP Muhammadiyah 5 2013-2016, SMKN 1 Palembang tahun 2016-2019, dan melanjutkan pendidikannya di Universitas Tridinanti jurusan Manajemen (2020-2023).

Dengan ketekunan dan mempunyai motivasi yang tinggi untuk terus belajar dan berusaha, penulis telah berhasil menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan. Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Brukat pada Lace Lynelle cabang Palembang**”

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keberhasilan dan kegagalan suatu usaha atau bisnis yang merupakan kenyataan yang dapat dialami oleh suatu usaha. Dunia usaha penuh dengan persaingan, peluang, tantangan, kegairahan maupun kelesuan yang dapat menyebabkan naik turunnya suatu usaha. Oleh karena itu, sudah seharusnya lah seorang usahawan jeli dalam melihat suatu peluang dan memanfaatkannya, karena dunia usaha yang penuh tantangan dan kegairahan tidak selalu akan berakhir dengan membawa suatu kesuksesan. Dalam era globalisasi ini, persaingan tidak hanya terbatas secara lokal (daerah tertentu) dan nasional saja, namun sudah secara global, hal ini mengakibatkan semakin banyak variabel-variabel yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu bisnis.

Menurut Sunyoto (2019:19) pemasaran adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan langganan melalui proses pertukaran dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan. Untuk meningkatkan penjualan, perusahaan perlu menerapkan strategi pemasaran, yaitu menetapkan strategi bauran pemasaran yang kompetitif, di antaranya: kualitas produk, harga, dan motivasi konsumen.

Dari kajian empiris, diperoleh kesimpulan bahwa faktor yang kuat mempengaruhi keputusan pembelian kembali adalah kualitas produk, harga dan motivasi konsumen. Penetapan harga suatu produk memiliki esensi penting bagi

strategi perusahaan untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan. Sejumlah studi menemukan bahwa harga mampu mendorong minat beli kembali secara signifikan. Keputusan pembelian konsumen merupakan hasil dari berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Dalam konteks pemasaran, tiga faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk, harga produk, dan motivasi. Kualitas produk merupakan salah satu aspek yang sangat penting bagi konsumen dalam memilih produk yang akan mereka beli.

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:249) mengartikan kualitas produk sebagai karakteristik dari suatu produk baik terlihat maupun yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan.

Menurut (Kotler, 2018:46) menyatakan bahwa Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dan nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga yang terjangkau atau sesuai dengan nilai yang diberikan oleh produk akan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai yang diterima dari pembelian tersebut. Selain itu, perbandingan harga dengan produk sejenis atau pesaing juga menjadi pertimbangan penting bagi konsumen. Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesuksesan dalam penetapan harga merupakan elemen kunci dalam bauran pemasaran.

Dalam proses keputusan pembelian sebelum menentukan untuk melakukan tindakan pembelian suatu produk, konsumen tentu saja memiliki motivasi tertentu yang diharapkan akan tercapai setelah melakukan pembelian. Menurut (Fandy, Manajemen Pemasaran 2017:90) menyatakan bahwa Agar tujuan tercapai, maka setiap perusahaan harus berusaha menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa. Dengan demikian setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasaran, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi keputusan dan keinginan konsumen. Baik yang bersumber dari dalam (internal), maupun dari luar (eksternal). Jadi, setiap kegiatan yang dilakukan individu selalu ada motivasinya.

Berdasarkan hasil research yang telah penulis lakukan, Lace Lynelle merupakan salah satu penjual berbagai jenis kain brukat yang dibuat menjadi berbagai model seperti sepatu, selop, heels, flats shoes dan tas. Toko pusatnya dibuka di Jakarta Utara yang memiliki toko online seperti Shopee, tokopedia, lazada dan website resmi Lace Lynelle dan memiliki 6 cabang toko offline di berbagai kota salah satunya di Palembang yang terletak di Palembang Icon lantai 1 yang sudah berdiri sejak 2019.

Terkait dengan kualitas produk, Untuk itu konsumen bisa melakukan pemesanan dalam jumlah banyak dan juga bisa melakukan pemesanan sesuai keinginan konsumen (Custom). Setiap sepatu atau sandal dipoles dengan detail brukat yang teliti dan indah. Warna-warna cerah dan motif-motif khas brukat memberi sentuhan eksklusif pada setiap pasang sepatu. Ada sepatu datar dengan

hiasan brukat untuk keseharian, atau sepatu hak tinggi yang dihiasi dengan nuansa tradisional namun modern dan sepatu khusus pengantin. Produk-produk ini menawarkan kombinasi yang menarik antara gaya, kenyamanan, dan keindahan estetika. Para pengunjung akan tertarik oleh variasi model sepatu dan sandal brukat yang tersedia, serta kualitas kerajinan yang menunjukkan keindahan tradisional yang tetap relevan dalam dunia mode modern.

Setiap produk yang dihasilkan memiliki model yang bervariasi dan kelebihan masing-masing. Namun toko ini selalu menerapkan bahwa kenyamanan dan kualitas harus tetap terjaga. Dalam menetapkan harga produknya Lace Lynelle menyesuaikan dengan bahan dan model yang dibeli maupun dipesan oleh konsumen. Harga paling tinggi di toko ini adalah model heels wedding, yaitu Rp. 1.099.000 sedangkan harga paling murah yaitu model selop kids Rp. 249.000, untuk model selop rata-rata Rp. 369.000 dan model tas rata-rata Rp. 365.000. dan untuk harga (Custom) itu dikenakan biaya tambahan Rp. 50.000- Rp. 200.000. karena menyesuaikan dengan bahan dan model dari produk Lace Lynelle.

Lace Lynelle juga menyediakan fasilitas perbaikan, yang mana para konsumen yang telah melakukan pembelian ditoko Lace Lynelle, dan barang yang digunakan rusak dalam waktu yang ditentukan. Maka konsumen tersebut bisa membawa kembali barangnya untuk diperbaiki tanpa dipungut biaya kembali. Lace Lynelle memberikan jangka waktu 3 bulan untuk fasilitas ini. Bisa juga dikatakan fasilitas ini adalah garansi bagi para konsumen.

Dari hasil observasi yang telah dilakukan, diketahui bahwa Kerajinan Brukat pada Lace Lynelle cabang Palembang dalam memasarkan produknya

menghadapi masalah penurunan volume penjualan dibandingkan tahun sebelum adanya pandemi Covid-19 sebagai akibat dari segi harga kerajinan brukat yang kurang terjangkau. Semakin ketat persaingan dalam dunia bisnis, perusahaan harus semakin mampu mengatasi dan mengantisipasi datangnya ancaman pesaing, menutupi kesalahan dan memanfaatkan peluang dengan kekuatan yang ada, dengan cara meningkatkan kualitas produk, harga dan motivasi konsumen agar terciptanya kepercayaan konsumen.

Tabel 1.1

Data penjualan dalam 4 Tahun (2019-2022)

NO	PENJUALAN PER BULAN	TARGET	REALISASI	PERSEN
1.	2019	Rp.900.000.000	Rp. 1.689.357.000	188%
2.	2020	Rp. 900.000.000	Rp. 487.960.000	54%
3.	2021	Rp. 900.000.000	Rp. 919.550.000	102%
4.	2022	Rp. 900.000.000	Rp. 746.382.000	85%

Sumber : Lace Lynelle November 2023

Keterangan :

Pada tabel 1.1 menjelaskan pencapaian penjualan sandal, heels, flatshoes dan mules di toko Kerajinan Brukat di Palembang Icon selama 4 tahun sebelum adanya pandemi Covid-19 yaitu tahun 2019 kemudian pada saat pandemi Covid-19 tahun 2020 dan setelah selesai adanya pandemi 2021. Target yang ditentukan tiap bulannya sebesar Rp. 75.000.000 selama 1 tahun berarti Rp. 900.000.000

pada tahun 2019 penjualan kerajinan brukat normal hingga mendapatkan keuntungan 188% yaitu sebesar Rp. 1.689.357.000 selama 1 tahun.

Pada saat pandemi 2020 penjualan turun dratis 54% sebesar Rp. 487.960.000 ada beberapa bulan tidak sama sekali menjual produk brukat dikarenakan pada saat itu semua aktivitas dirumahkan dan jam keluar rumah yang terbatas sehingga pengunjung mall sangat sepi hanya beberapa orang saja yang berada di mall dan itu untuk membeli keperluan rumah saja.

Pada 2021 setelah pandemi Covid-19 semua aktivitas mulai normal kembali dan pengunjung mall mulai ramai kembali sehingga penjualan meningkat 102% dengan penghasilan sebesar Rp. 919.550.000 tidak sebanyak pada tahun 2019 dan kembali menurun pada tahun 2022 dengan penghasilan sebesar Rp. 746.382.000 tetapi sudah jauh lebih baik dari 2020.

Berdasarkan hasil survey dilapangan ternyata peneliti perhatikan pembeli nya itu terkategori remaja sampai dengan dewasa dan berdasarkan hasil tanya jawab ternyata mereka itu rata-rata sudah pernah melakukan pembelian di Lace Lynelle karena menurut mereka produk pada Lace Lynelle itu bagus dan sesuai dengan harga dan sebagian menyatakan bahwa harganya terkategori mahal jadi berdasarkan informasi-informasi tadi maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Brukat Pada Lace Lynelle Cabang Palembang”**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah formulasi atau penyajian masalah yang akan diteliti dalam suatu penelitian atau studi. Rumusan masalah merupakan bagian penting dari suatu penelitian karena membantu menentukan arah penelitian, serta membantu memperjelas tujuan dan sasaran dari penelitian tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kerajinan brukat pada Lace Lynelle cabang Palembang?
2. Apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kerajinan brukat pada Lace Lynelle cabang Palembang?
3. Apakah motivasi konsumen secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kerajinan brukat pada Lace Lynelle cabang Palembang?
4. Apakah kualitas produk, harga dan motivasi konsumen secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kerajinan brukat pada Lace Lynelle cabang Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian dasar ialah suatu penelitian yang mempunyai alasan intelektual bertujuan untuk pengembangan ilmu pengetahuan, yaitu suatu alasan yang berdasarkan atas keinginan untuk mengetahui semata-mata yang tidak langsung

mempunyai kegunaan praktis misalnya penyelidikan tentang ruang angkasa, penyelidikan terhadap bulan dan lain sebagainya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis dan membuktikan :

1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kerajinan brukat pada Lace Lynelle cabang Palembang.
2. Pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian kerajinan brukat pada Lace Lynelle cabang Palembang.
3. Pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian kerajinan brukat pada Lace Lynelle Palembang.
4. Pengaruh secara simultan kualitas produk, harga, dan motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian produk kerajinan brukat pada Lace Lynelle Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah untuk menyelidiki keadaan dari, alasan untuk, dan konsekuensi terhadap suatu set keadaan khusus.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Penulis

penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tambahan dan berfikir mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Brukat Pada Lace Lynelle cabang Palembang

2. Konsumen

Konsumen dalam memilih produk kerajinan brukat yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan.

3. Perusahaan,

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan mengenai strategi pemasaran yang akan diambil dan mengetahui kekuatan daya saing produk sejenis dengan perusahaan lain.

4. Pembaca,

Sebagai referensi bagi orang yang akan melakukan penelitian dimasa yang akan datang

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, indentifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini diuraikan tentang teori-teori yang digunakan yaitu pengertian kualitas produk, pengertian harga, pengertian motivasi konsumen, pengertian keputusan pembelian dan tentang kerangka berpikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang definisi operasional variable, teknik pengumpulan data dan sumber data, populasi, dan sampel serta metode analisis data.

DAFTAR PUSTAKA

- Fabiana Meijon Fadul. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Meubel CV. Jorizco Putra Utama di Desa Leilem III. *Productivity*, 3(3), 210–216.
- Fandy Tjiptono, 2017, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi,
- Fandy Tjiptono, 2017, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi,
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Ghozali, I. (2018). “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS*”Edisi Sembilan.Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemem*, 17(2), 95–105.
- Kotler Philip dan Kevin L. Keller. (2016). *Marketing Management. Edisi ke 15*. Penerbit Pearson Education Limited 2016.
- Kotler, Philip, (2018). *Manajemen Pemasaran*. PT. Erlangga, Jakarta
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Malau, Harman (2017) *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- mikial ,Msy.,dkk.,2023. Pedoman Penulisan Skripsi Dan Laporan Akhir, Palembang : Universitas Tridinanti
- Nuary, Nizar Sapta. 2016. *Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Analisis SWOT pada PT. Super Sukses Motor Banjarmasin*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis. Volume 2(1); 30-42.
- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08>
- Saputra, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru. *Skripsi*, 23. https://repository.uir.ac.id/6149/1/RIDHO_SAPUTRA.pdf
- Sekarningrum, E. A. (2023). *Pengaruh kualitas produk kopi, lokasi, suasana dan motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian kopi di kedai kopi serab*. 1–

113. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/68021/1/E.AGUNG_SEKARNINGRUM-FST.pdf

Saputro, R. M., & Kamal, M. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal Of Management*, 4, 1–14.

Schiffman, L. G. & Kanuk, L., L. 2018. *Perilaku Konsumen*, Edisi 7. Alih Bahasa: Zoelkifli. Jakarta : Indeks

Sugiharto, A., & Darmawan, M. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Janji Jiwa Coffee Citra Raya. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik*, 4(2), 24–32. <https://doi.org/10.54783/japp.v4i2.454>

Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Suryani tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Tjiptono, F (2019) *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Edisi Terbaru. Yogyakarta: Penerbit Andi.

V.A.R.Barao, R.C.Coata, J.A.Shibli, M.Bertolini, & J.G.S.Souza. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kerajinan Rotan (*Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai*)