

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
DOMPET DI CV. BERKAT BERSAMA MEDAN
(THE EFFECT OF PRICE AND PRODUCT QUALITY
ON WALLET PURCHASING DECISIONS ON CV.
BERKAT BERSAMA MEDAN)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Mengikuti Ujian Oral Comprehensive Sarjana
Lengkap Pada Fakultas Ekonomi Universitas
Lancang Kuning

Oleh

SARAH YUDITA HASIBUAN
1861201249

PRODI STUDI MANAJEMEN



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS LANCANG KUNING
PEKANBARU
2022**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : SARAH YUDITA HASIBUAN
NIM : 1861201249
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL : PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DOMPET DI CV. BERKAT
BERSAMA MEDAN.

DISETUJUI

PEMBIMBING I



NOFRIZAL, S.E., M.M.
NIDN : 1002118703

PEMBIMBING II



TASRIL, S.E., M.M.
NIDN : 1010056201

DEKAN



Dr. ARIZAL, S.E., M.M.
NIDN:1023046301

KETUA JURUSAN



Dr. FATKHURAHMAN, S.E., M.Si, M.M.
NIDN:1020017801

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : SARAH YUDITA HASIBUAN
NIM : 1861201249
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL : PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DOMPET DI CV. BERKAT
BERSAMA MEDAN.

KETUA



Dr. FATKHURAHMAN, S.E., M.Si, M.M.
NIDN : 1020017801

SEKRETARIS



AZNURIYANDI, S.E., M.Si.
NIDN: 1021088602

ANGGOTA



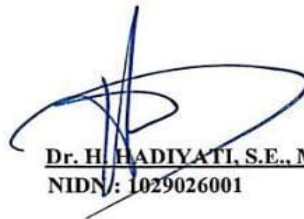
NOFRIZAL, S.E., M.M.
NIDN : 1002118703



TASRIL, S.E., M.M.
NIDN : 1010056201



ZULIA KHAIRANI, S.E., M.M.
NIDN : 1008078601



Dr. H. HADIYATI, S.E., M.M.
NIDN: 1029026001

ABSTRAK

Penelitian ini di tujukan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk dompet di CV.Berkat Bersama Medan, mengetahui pengaruh harga kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk dompet di CV. Berkat Bersama medan, Mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk dompet di CV.berkat Bersama medan. Objek penelitian ini adalah konsumen akhir di CV. Berkat Bersama Medan. Populasi dalam penlitian ini adalah seluruh konsumen akhir tahun 2021 yang berjumlah 2.500 orang . Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 orang konsumen di CV. Berkat Bersama Medan. Sumber data dari penelitian ini adalah primer dan sekunder . teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan kuesioner. Analisis data ini menggunakan analisis statistic deskriptif yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran atau deskripsi tentang objek penelitian yaitu konsumen yang di jadikan responden dalam penelitian ini. Peneliti juga menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS. Analisis ini bertujuan untuk memprediksi rata-rata populasi atau variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Pada akhirnya peneliti dapat mengetahui variabel (independen) manakah yang berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun uji hipotesis penelitian ini secara uji persial dan uji simultan. Ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y). Dari analisis regresi linier berganda, diperoleh nilai persamaan $Y = 3,377 + 0,722 X_1 + 0,413 X_2$ menjelaskan ($\alpha = 3,377$) keputusan Pembelian, jika tanpa adanya harga dan kualitas produk (X_1 dan $X_2 = 0$), Keputusan pembelin (Y) hanya 3,377. ($\beta_1 = 0,722$ $\beta_2 = 0,413$). Koefisien regresi berganda sebesar $\beta_1 = 0,722$, $\beta_2 = 0,413$ mengidentifikasi besaran pertambahan tingkat keputusan pembelian (Y) untuk setiap pertambahan Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) . dari analisis koefisien determinasi menjelaskan nilai kontribusi (R Square) Sebesar 0,823 hal inimenunjukkan bahwa besarnya kemampuan variabel Harga dan Kualitas Produk yaitu 82,3% terhadap keputusan pembelian (Y) pada dompet di CV. Berkat Bersama medan . sedangkan sisanya 17,7% disumbangkan atau dikontribusikan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Dari hasil Uji t variabel Harga (X_1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian dimana nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $6,703 > 1,985$ atau $0,000 < 0,025$. Dan Kualitas produk (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ $2,765 > 1,985$ atau $0,007 < 0,025$. Dari hasil perhitungan Uji F menjelaskan nilai F_{hitung} sebesar 215,613 dengan nilai F_{tabel} sebesar 3,10, maka nilai $F_{hitung} = 215,613 > F_{tabel}$ 3,10. Nilai signifikan sebesar $0,000^b$ dan nilai α sebesar 0,05 , maka nilai signifikan = $0,000^b < \alpha$ 0,05. H_0 di tolak dan H_a diterima yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) produk dompet di CV. Berkat Bersama Medan.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Keputusan pembelian.

ABSTRAK

This study was aimed to determine the effect of price on purchasing decisions for wallet products at CV. Berkat Bersama Medan, to determine the effect of product quality prices on purchasing decisions for wallet products at CV. Berkat Bersama Medan, Knowing the effect of price and product quality on purchasing decisions for wallet products at CV. Berkat Bersama Medan. The object of this research is the final consumer in CV. Blessings with Medan. The population in this study are all consumers at the end of 2021, which amount to 2,500 people. The number of samples in this study were 96 consumers in CV. Blessings with Medan. The data sources of this research are primary and secondary. Data collection techniques were carried out by interviews and questionnaires. This data analysis uses descriptive statistical analysis which aims to get a picture or description of the object of research, namely consumers who are made respondents in this study. Researchers also used multiple linear regression using SPSS tools. This analysis aims to predict the population mean or the dependent variable based on the known value of the independent variable. In the end, researchers can find out which (independent) variable has an effect on the dependent variable. The hypothesis testing of this research is partial test and simultaneous test. There is a simultaneous significant effect between Price (X1) and Product Quality (X2) on purchasing decisions (Y). From multiple linear regression analysis, the equation value $Y = 3.377 + 0.722 X_1 + 0.413 X_2$ explains ($\alpha = 3.377$) the purchase decision, if there is no price and product quality (X_1 and $X_2 = 0$), the purchase decision (Y) is only 3.377. ($\beta_1 = 0.722$, $\beta_2 = 0.413$). The multiple regression coefficient of 1 = 0.722 , 2 = 0.413 identifies the increase in the level of purchasing decisions (Y) for each increase in price (X1) and product quality (X2). from the analysis of the coefficient of determination explains the value of the contribution (R Square) of 0.823 this indicates that the magnitude of the ability of the variable Price and Product Quality is 82.3% to the purchase decision (Y) on the wallet at CV. Blessing with the field. while the remaining 17.7% was contributed or contributed by other variables not examined. From the results of the t-test the price variable (X1) has an effect on purchasing decisions where the value of $t_{count} > t_{table}$ $6.703 > 1.985$ or $0.000 < 0.025$. And product quality (X2) has an effect on purchasing decisions (Y) where $t_{count} > t_{table}$ $2.765 > 1.985$ or $0.007 < 0.025$. From the calculation results, the F test explains the F_{count} value of 215.613 with the F_{table} value of 3.10, then the $F_{count} = 215.613 > F_{table}$ 3.10. The significant value is 0.000b and the value is 0.05, then the significant value = $0.000b < 0.05$. H_0 is rejected and H_a is accepted, which means that there is a significant effect between price (X1) and product quality (X2) on purchasing decisions (Y) for wallet products at CV. Berkat Bersama Medan.

Keywords: Price, Product Quality, Purchase Decision.

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis dalam bentuk skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana, Magister, dan atau Doktor) baik di Universitas Lancang Kuning maupun diperguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan , dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya tulis ini, serta lainnya sesuai dengan norma yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Pekanbaru, 28 Juli 2022

Sarah Yudita Hasibuan

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji dan syukur penulis ucapkan ke hadirat Allah Subhanahu wa ta'ala yang telah melimpahkan kasih dan sayang-Nya kepada kita, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu, yang berjudul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dompot Di CV. Berkat Bersama Medan”**. Sholawat serta salam tak lupa di haturkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suri teladan bagi umat.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat untuk mengikuti ujian Oral Comprehensive Sarjana Lengkap pada Fakultas Ekonomi Universitas Lancang Kuning.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak . oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan apresiasi kepada seluruh pihak atas tersusunnya skripsi ini. Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Keluarga penulis, Ayah Hasan Basri Hasibuan, Ibu Asrona Rambe, dan beserta adik, Ami Hsb, Andini Hsb dan Dinda Hsb yang senantiasa memberi dukungan materi, motivasi dan doa kepada penulis.
2. Bapak Nofrizal, S.E.,M.M. selaku pembimbing I penulis yang sudah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir (Skripsi)

untuk menyelesaikan program kuliah jenjang S1 di Universitas Lancang Kuning.

3. Bapak Tasril, S.E.,M.M. selaku pembimbing ke II penulis yang sudah banyak membantu dan membimbing penulis dalam penulisan skripsi.
4. Bapak Dr. Fatkhurahman, S.E.,M.Si.,M.M selaku ketua prodi Manajemen Universitas Lancang Kuning (Unilak) Pekanbaru.
5. Bapak dan Ibu Dosen Serta Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Lancang Kuning.
6. Bapak Sapri, Selaku Owner di CV. Berkat Bersama Medan Yang telah memberi ijin penelitian kepada penulis hingga skripsi ini selesai tepat waktu.
7. Bg wahyu, Kak Fitri, Kak Yazlin, Bg Husni, Bg Adi, Sondi, Daffa, Bg Agung, Febiansyah , Adi Kurniawan, Fitra Panji, Abdul Syafi'i dan Kak Liza Rambe Tercinta yang telah banyak memberikan motivasi, ide , doa dan dukungan yang tidak ada henti- hentinya kepada penulis.
8. Terima kasih kepada sahabat- sahabat (Mulyani, Laila Rahmi, Ayu indah, Mawadatul fitri, Fitriani, Nadia, Kak Gusti, Andri , Bg Yudi , Heru, Akila Dan Sardiman) yang selalu membantu dan memberikan dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Serta rekan- rekan mahasiswa angkatan '18 terutama kelas 8.6 Manajemen yang telah kompak dan berjuang bersama- sama, saling support dan membantu satu sama lain.

10. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan semuanya.

Akhir kata penulisan mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam mengerjakan skripsi ini.

Pekanbaru, 28 Juli 2022

Penulis

Sarah Yudita Hasibuan
1861201249

DAFTAR ISI

Abstrak	
Surat Pernyataan	
Kata Pengantar	i
Daftar isi.....	iv
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Telaah Pustaka	
2.1.1 Manajemen.....	10
2.1.1.1 Pengertian Menejemen.....	10
2.1.1.2 Fungsi Manajemen.....	10
2.1.2 Pemasaran	
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2.1.3 Keputusan Pembelian	
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	13

2.1.3.2	Proses Keputusan Pembelian	14
2.1.3.3	Indikator- indikator Keputusan Pembelian	16
2.1.4	Harga	
2.1.4.1	Pengertian Harga	17
2.1.4.2	Tujuan Penetapan Harga	18
2.1.4.3	Indikator- Indikator Harga	20
2.1.5	Produk	
2.1.5.1	Pengertian Produk.....	21
2.1.5.2	kualitas produk	22
2.1.5.3	Konsep Kualitas produk.....	24
2.1.5.4	Faktor- faktor mempengaruhi Kualitas produk	24
2.1.5.5	Indikator- indikator Kualitas Produk	25
2.2	Hubungan Antar Variabel	
2.2.1	Pengaruh Harga (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) ...	26
2.2.2	Pengaruh Kualitas Produk (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	26
2.3	Kerangka Teoritis.....	28
2.4	Penelitian Terdahulu	29
2.5	Hipotesis	32
 BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Objek Penelitian.....	33
3.2	populasi dan Sampel	33
3.3	Teknik Pengambilan Sampel	35

3.4 Jenis dan Sumber Data	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data	36
3.6 Identifikasi dan Operasional	36
3.7 Teknik Analisis Data	38
3.7.1 Uji Kualitas Data.....	40
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	41
3.8 Regresi Linier Berganda	42
3.9 Uji Hipotesis	
3.9.1 Uji T	43
3.9.2 Uji F	44
3.9.3 Uji Korelasi (R).....	44
3.9.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	44
 BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	46
4.2 Visi Dan Misi Perusahaan.....	47
4.3 Struktur Organisasi	47
 BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Hasil Penelitian	54
5.2 Deskripsi Hasil Penelitian	58
5.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	58
5.4 Uji Kualitas Data.....	65
5.4.1 Uji Validitas	65
5.4.2 Uji Reliabilitas	67

5.5 Uji Asumsi Klasik.....	67
5.5.1 Uji Multikolinearitas	68
5.5.2 Uji Heteroskedasitas	69
5.5.3 Uji Autokorelasi	69
5.5.4 Uji Normalitas	70
5.6 Analisis Regresi Linier Berganda	71
5.7 Uji Hipotesis	73
5.7.1 Uji T	73
5.7.2 Uji F	74
5.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	75
5.8 Pembahasan Penelitian.....	76
5.8.1 Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	76
5.8.2 Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	77
5.8.3 Harga Dan Kualitas Produk Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian.	78
BAB VI PENUTUP	
6.1 Kesimpulan	79
6.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	
BIOGRAFI PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Target dan Realisasi Penjualan Dompok di CV. Bekat Bersama	
Medan 2017-2021	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Identifikasi dan Operasional variabel	36
Tabel 3.2 Alternative jawaban dengan skala likert	39
Tabel 3.3 Kelas Interval	39
Tabel 5.1 Responden berdasarkan jenis kelamin	55
Tabel 5.2 Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 5.3 Responden berdasarkan pendidikan terakhir	56
Tabel 5.4 Responden berdasarkan jenis pekerjaan	57
Tabel 5.5 Hasil penelitian Deskripsi	58
Tabel 5.6 Deskripsi responden terhadap variabel Y	59
Tabel 5.7 Deskripsi Responden terhadap Variabel X_1	61
Tabel 5.8 Deskripsi Responden terhadap Variabel X_2	63

Tabel 5.9 Hasil Uji Validitas.....	65
Tabel 5.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 5.11 Hasil Uji Multikolinearitas	68
Tabel 5.12 Hasil Uji Autokorelasi	70
Tabel 5.13 Hasil Uji Normalitas	71
Tabel 5.14 Hasil Uji Koefisien Regresi	72
Tabel 5.15 Hasil Uji t.....	73
Tabel 5.16 Uji F.....	74
Tabel 5.17 Hasil Koefisien Determinasi	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Tahap-tahap Keputusan Pembelian.....	16
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir Penelitian	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV. Berkat Bersama Medan	48
Gambar 5.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN

Dalam kehidupan sehari-hari dompet umumnya digunakan untuk menyimpan uang dan juga beberapa kartu penting seperti KTP, Kartu ATM, SIM, STNK, dan barang pribadi lainnya seperti foto, kartu identitas dan lain-lain. Seiring di perkenalkannya uang kertas pada saat itu, menggantikan kantung serut yang biasa digunakan untuk menyimpan uang koin, dompet pada saat itu berbentuk seukuran uang kertas yang berlaku pada saat itu. Di Indonesia khususnya di Medan Sumatera Utara tempat peneliti melakukan penelitian ini, banyak jenis-jenis dompet yang beredar pada saat ini. Selain fungsionalnya sebagai penyimpanan uang dan kartu-kartu penting, penampilan dompet juga sangat beragam mengikuti fashion tren saat ini. Pada saat ini dengan hadirnya kartu ATM mungkin kebutuhan akan desain dan bentuk dompet ikut berkembang sesuai dengan kebutuhan manusia saat ini.

Ada juga sekarang jenis dompet HPO untuk memenuhi kebutuhan dompet wanita yang ingin menyimpan uang, kartu, bahkan handphone dalam satu wadah yang mudah dibawa kemana-mana. Selain itu sekarang ini juga hadir beberapa jenis dompet yang telah beredar terutama di kota Medan Sumatera Utara khususnya tempat peneliti melakukan penelitiannya yaitu di CV. Berkat Bersama. Jenis dompet yang di tawarkan oleh CV. Berkat Bersama bermacam-macam, mulai dari berbagai jenis warna, bentuk dan juga

bahan baku yang di pilih, serta detail yang ditawarkan pula juga macam-macam. CV. Berkas Bersama memproduksi beberapa jenis dompet khususnya untuk dompet wanita, tetapi CV. Berkas Bersama juga melayani pembuatan jenis dompet lainnya sesuai dengan permintaan konsumen juga. Contohnya dompet Souvenir, Dompet Tempat Emas dll sesuai keinginan konsumen.

Persaingan dunia perdagangan saat ini bisa dikatakan sangatlah ketat. Apalagi dengan adanya globalisasi yang menyebabkan munculnya perdagangan bebas yang membuat dunia seolah tanpa batas. Banyak produsen barang dan jasa dari suatu Negara yang akan bersaing dengan produsen Negara lain untuk menarik minat pembeli di dalam perdagangan internasional persaingan usaha yang akan semakin ketat di era yang serba modern ini, dan pada akhirnya membuat perusahaan akan berlomba- lomba untuk memberikan pelayanan yang inovatif untuk pembeli pada produknya.

Dari berbagai jenis industri dan pasar yang ada, industri dompet adalah salah satunya. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan, dompet kini tidak hanya di pandang biasa saja yang hanya sekedar tempat menyimpan uang namun dompet kini telah berkembang menjadi kebutuhan yang cukup vital bagi seseorang bahkan telah menjadi fashion dan life style. Hampir setiap orang membutuhkan dan memiliki dompet sebagai kebutuhannya.

Banyak produsen yang menciptakan berbagai produk, tapi dengan kualitas yang berbeda- beda. Produk yang di jual harus memiliki manfaat yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli. Biasanya seorang pembeli pada dasarnya akan melakukan suatu proses pengambilan keputusan terlebih

dahulu. Proses ini merupakan tahap pembeli dalam memutuskan suatu produk tertentu yang menurutnya sudah paling baik.

Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka, menurut (Kotler dan Amstrong ;2016;177).

Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen menurut, Tjiptono ;2017, faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah ikatan emosional yang terjalin antara pelanggan dan produsen setelah pelanggan menggunakan produk dan jasa dari perusahaan dan mendapati bahwa produk atau jasa tersebut memberi nilai tambah.

Harga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, karena dengan adanya harga konsumen dapat memilih produk apa yang akan di beli dari suatu perusahaan. Harga juga menjadi ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan konsumen terhadap produk yang di beli, dalam hal ini merupakan menjadi motivasi bagi perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas produk dan terus mengembangkan produk dalam meningkatkan kepuasan konsumen yang lebih baik lagi.

Menurut (Dr. Sudaryono;2016;216) Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang di peroleh

dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Harga menjadi faktor penentu dalam suatu produk, dengan adanya harga konsumen akan menjadi lebih gampang memiliki produk, karena harga menjadi faktor utama daya tarik para konsumen atas suatu produk, dengan adanya ketentuan harga maka konsumen akan lebih mudah mengambil keputusan untuk membeli produk yang diinginkannya.

Ada juga faktor kualitas produk merupakan penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Wijaya (2018: 9) menjelaskan Kualitas barang dan jasa adalah sebagai keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa menurut pemasaran, rekayasa, produksi maupun pemeliharaan yang menjadikan barang dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.

Produk – produk berkualitas yang di buat melalui suatu proses akan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen atas penggunaan produk itu. Karena setiap konsumen pada umumnya akan memaksimalkan utilitas dalam mengkonsumsi produk, jelas bahwa produk- produk berkualitas tinggi pada tingkat harga yang kompetitif akan dipilih oleh konsumen. Hal ini akan meningkatkan penjualan dari penjualan dari produk – produk itu yang berarti pula meningkatkan pangsa pasar sehingga pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan perusahaan atau organisasi itu sendiri. Berikut data penjualan domestik pada CV. Berkat Bersama Medan.

Tabel 1.1.
Target dan Realisasi Penjualan Dompot di CV. Berkat Bersama Medan
2017/2021

NO	Tahun	Target (Unit)	Realisasi (Unit)	Persentase (%)
1	2017	2000	1.200	60%
2	2018	2500	1.600	64%
3	2019	3000	2000	66,6%
4	2020	3000	1.700	56,6%
5	2021	4000	2.500	62,5%

Sumber : CV. Berkat Bersama Medan, 2022

Berdasarkan tabel 1. Di ketahui bahwa data penjualan dompet tidak memenuhi target penjualan yang diharapkan. Hal ini tentu membuat produsen harus berupaya ekstra dan mengubah strategi pemasaran guna memenuhi target penjualan selanjutnya. Tabel di atas dapat terlihat bahwa penjualan dompet tidak menentu atau stabil, terkadang mengalami kenaikan dan penurunan dari tahun ke tahun. Penjualan di tahun 2017 sampai 2019 meningkat setiap tahunnya namun pada tahun 2020 mengalami penurunan. Hal ini harus di perhatikan untuk memahami keinginan masyarakat atau konsumen.

Untuk itu timbul pernyataan apakah harga dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian?. Oleh karena itu maka penulis mencoba meneliti apakah kualitas “ Dompot” yang mana memiliki keunggulan produk dalam bahan dan juga bentuk dapat mempengaruhi minat konsumen untuk

membeli produk tersebut, dan apakah harga yang ditetapkan pada produk “Dompet” tersebut sudah sesuai dengan kualitas produknya.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis melakukan penelitian untuk mengetahui apakah variabel harga dan kualitas mempengaruhi keputusan pembelian produk “ Dompet” di CV. Berkat Bersama Medan. Untuk itu dalam menyusun proposal ini saya mengambil judul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dompet Di CV. Berkat Bersama Medan.”**

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan, maka rumusan masalah yaitu :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dompet di CV. Berkat Bersama Medan?
2. Apakah kulitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di CV. Berkat Bersama Medan?
3. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dompet di CV. Berkat Bersama Medan?

1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang diinginkan dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dompet di CV. Berkat Bersama Medan.

2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dompet di CV. Berkat Bersama Medan.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dompet di CV. Berkat Bersama Medan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, khususnya untuk dunia pendidikan di Indonesia secara umum, adapun manfaat yang di harapkan dari penelitian ini antara lain:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan serta pengalaman dalam kehidupan berbisnis, mengetahui tentang bagaimana membuat strategi terhadap penjualan produk, sebagai sarana untuk pengaplikasian berbagai teori yang diperoleh dari bangku kuliah dan juga sebagai referensi dalam memecahkan masalah-masalah dalam berbisnis di masa yang akan datang.

2. Bagi produsen

Penelitian ini di harapkan bisa sebagai bahan pertimbangan bagi produsen untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumennya dan memberikan manfaat bagi produsen agar lebih bijak menerapkan strategi harga dan kualitas di masa yang akan datang.

3. Bagi konsumen

Penelitian ini dapat menjadi gambaran dan tambahan pertimbangan bagi konsumen tentang hal yang perlu di perhatikan sebelum mereka

membeli suatu produk. Dengan begitu diharapkan konsumen menjadi lebih cerdas dalam memutuskan untuk membeli suatu barang atau produk.

4. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan dan sebagai bahan tambahan referensi untuk mahasiswa/i. harapan lainnya untuk mengembangkan materi pengajaran, untuk mendukung pegabdian masyarakat dan bisa meningkatkan reputasi kampus.

1.4 SISTEMATIKA PENULISAN

Didalam penulisan ini, penulis membagi dalam 6 (Enam) bab, dan masing- masing bab dibagi beberapa sub pokok pembahasan dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II : TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Dalam bab ini dikemukakan beberapa teori yang melandasi pembahasan penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis dan penelitian yang relevan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisikan tentang objek penelitian, populasi, dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, identifikasi dan operasionalisasi variabel serta analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini menguraikan tentang sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi dan aktivitas perusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini merupakan uraian penulis tentang hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian..

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian dari penutup yang meliputi kesimpulan dari penelitian dan saran yang diperlukan. biasanya akan menilai siapa penyalur barang atau produk tersebut.

BAB VI

PENUTUP

6.1 KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dompot di CV. Berkat Bersama Medan. Berdasarkan dari hasil penelitian ini diperoleh beberapa kesimpulan yang secara ringkas disajikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan perhitungan hasil penelitian dari hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,823 yang mengidentifikasi bahwa sebesar 82,3% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel Harga (X_1), Sedangkan sisanya 17,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diperoleh secara bersama-sama mempunyai hubungan dengan variabel dependen. Harga dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan demikian hipotesis dapat diterima.
2. Selanjutnya berdasarkan uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Hipotesis diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $sig < \alpha 0,05$ adalah 6,703. Variabel harga dengan $t_{hitung} (6,703) > t_{tabel} (2,765)$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang nyata antara variabel harga dengan variabel keputusan pembelian. Disamping itu nilai probabilitas 0,000 lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

6.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan sehubungan dengan hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Diupayakan pihak CV. Berkat Bersama harus selalu mempertimbangkan kualitas produk. dan pihak Cv. Berkat Bersama harus selalu memperhatikan kualitas bahan, Hal ini karena kualitas produk yg bagus akan membuat para konsumen merasakan produk yang ingin dia miliki.
2. Di upayakan pihak Cv Berkat Bersama harus selalu mempertimbangkan keterjangkauan harga dan pihak Cv. Berkat Bersama harus selalu memperhatikan penawaran dari pihak pesaing. Hal ini karena harga yang terjangkau membuat para konsumen merasakan produk yang didapatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep Dan Indikator). Nusa Media. Yogyakarta.**
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand And Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120-136.**
- Assauri, Sofjan. (2013). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers.**
- Buchari, Alma. (2014) . “Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa”. Bandung: Cv. Alfabeta.**
- Devi, L. K. I. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Surabaya)* (Doctoral Dissertation, Uin Sunan Ampel Surabaya).**
- Dzulkharnain, E. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Iqtishadequity Jurnal Manajemen*, 1(2).**
- Firmansyah, M. Anang. 2018. Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran). Yogyakarta:Cv. Budi Utama.**
- Ghozali, I . 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss. Yogyakarta : Universitas Diponegoro.**

- Harahap, D. 2015 . Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian . Medan : Universitas Islam Sumatera Utara.**
- Kotler Dan Armstrong .2016 . Prinsip- Prinsip Pemasaran . Jilid 1 Dan 2 .Edisi 12. Jakarta : Erlangga.**
- Kotler Dan Keller. 2014 . Buku Prinsip- Prinsip Pemasaran By Philip Kotler Gary Armstrong Edisi 12 Jilid 1 & 2. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.**
- Kotler Dan Keller. 2015. Manajemen Pemasaran, Jilid 1. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.**
- Kotler Dan Keller.2014 Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.**
- Kotler Philip, Armstrong Gary. 2013. Prinsip – Prinsip Pemasaran. Edisi Ke 12. Erlangga.**
- Laksana, Fajar. 2015. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.**
- Marpaung, F. K., Arnold, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasantosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 49-64.**
- Ni'mah, I. (2017). *Pengaruh Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dompot Ud. Sam Zain Collection*”.(Studi Kasus Kecamatan Lasem) (Doctoral Dissertation, Stain Kudus).**
- Retina Sri Sedjati .2018. Pemasaran. Edisi 1. Yogyakarta.**
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Manajemen. Bandung : Cv. Alfabeta.**

Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Manajemen (4th Ed). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantatif , Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantatif. Bandung: Alfabeta.

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

Suliyanto. 2011. Ekonomemetrika Terapan : Teori Dan Aplikasi Dengan Spss. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.

Tjiptono Fandy . 2014 . Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian. Yogyakarta: Andi

Tjiptono Fandy, 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, F.2014. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Cv. Andy Offset.