

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,
PERSEPSI HARGA DAN SIKAP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi pada Pos Ketan Legenda 1967 Kota Semarang)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

MUHAMMAD ARIFIN

NIM. 12010113130171

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2017

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Muhammad Arifin
Nomor Induk Mahasiswa : 12010113130171
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS
PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN SIKAP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi pada Pos Ketan Legenda 1967 Kota
Semarang)

Dosen Pembimbing : Imroatul Khasanah, S.E, M.M

Semarang, 2 Agustus 2017

Dosen Pembimbing,

(Imroatul Khasanah, S.E, M.M)

NIP.197510152002122004

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Muhammad Arifin
Nomor Induk Mahasiswa : 12010113130171
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen
Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH KUALITAS
PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN SIKAP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Pos Ketan Legenda 1967 Kota
Semarang)

Dosen Pembimbing : Imroatul Khasanah, S.E, M.M

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 2 Agustus 2017

Tim penguji :

1. Imroatul Khasanah, SE, M.M. (.....)
2. Dra. Hj. Yoestini, M.Si (.....)
3. Dr. Farida Indriani, S.E, M.M. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda dibawah ini saya, Muhammad Arifin, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN SIKAP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Pos Ketan Legenda 1967 Kota Semarang) adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut diatas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 2 Agustus 2017

Muhammad Arifin

NIM: 12010113130171

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Your duty as a child is lifting your family pride”

Skripsi ini saya persembahkan untuk :
Ayahanda Mulyadi, Ibunda Dewi Solawati, Mulianisa Ekawati,
Murdiansyah Wirawan, Muhardi Winata, Zaenal Abidin.
Atas kasih sayang, doa dan dukungannya yang tidak terhingga selama ini.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari kualitas produk, persepsi harga dan sikap terhadap keputusan pembelian. Objek dalam penelitian ini ialah Pos Ketan Legenda 1967 Kota Semarang. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, persepsi harga dan sikap sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 151 responden yaitu para konsumen yang pernah membeli Pos Ketan Legenda 1967 Kota Semarang.

Metode yang digunakan adalah *Purposive Sampling* dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden yang ditujukan secara khusus ke Pos Ketan Legenda 1967 Kota Semarang. Dalam penelitian ini dikembangkan suatu model teoritis dengan mengajukan tiga hipotesis yang akan dianalisis dengan beberapa metode yaitu validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinieritas, heterokedastisitas, regresi linier berganda, *ANOVA*, *RSquare*, dan *T test* melalui perangkat lunak IBM SPSS 22 *for windows*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan sikap berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : kualitas produk, persepsi harga, sikap, keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality, price perceptions and attitude toward purchase decision. The object of this research is Pos Ketan Legenda 1967 Semarang City. Variables used in this study are product quality, price perceptions and attitudes as independent variables and purchasing decisions as the dependent variable. The sample used in this study as many as 151 respondents are the consumers who have bought the Pos Ketan Legenda 1967 Semarang City.

The method used is Purposive Sampling by distributing questionnaires to the respondents who are specifically addressed to Pos Ketan Legenda 1967 of Semarang City. Collected datas were analysed with IBM SPSS 22 for windows using some methods such as validity, reliability, normality, multicollinearity, heteroscedasticity, multiple linear regression, ANOVA, R Square, and T test.

The results showed that product quality positively influence to purchase decision, price perception have positive effect to purchasing decision and attitude have positive effect to purchasing decision.

Keywords: product quality, price perception, attitude, purchasing decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan bimbingan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN SIKAP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Pos Ketan Legenda 1967 Kota Semarang)” dengan baik. Penulis menyadari banyak pihak yang telah membantu, memberikan dukungan dan bimbingannya dalam penyelesaian skripsi ini. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan berkat dan limpahan rahmat-Nya. Serta Baginda Nabi besar Nabi kita Nabi Muhammad Rasulullah SAW atas suri tauladan yang telah memberikan kita contoh dan acuan dalam menjalani hidup yang selalu diridhoi Allah SWT hingga akhir zamannya.
2. Ibu Imroatul Khasanah, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan waktu serta arahan memberikan bimbingannya selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Idris, S.E., M. Si., selaku Dosen Wali yang telah memberikan bantuan pengarahan, nasehat serta dukungan selama masa perkuliahan penulis di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
4. Kedua orangtua tercinta, Ayahanda Mulyadi dan Ibunda Dewi Solawati yang setiap saat memberikan kasih sayang, doa, bimbingan, motivasi dan mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ketiga kakak saya, Mulianisa Ekawati, Zaenal Abidin, Murdiansyah Wirawan dan Adik saya Muhardi Winata, yang selalu memberikan dukungan serta doa, canda tawa dan bantuannya yang telah memberikan
6. Nur Nisya Maya Safitri dan Perdana Sigit Purnomo selaku pemilik Pos Ketan Legenda 1967 Semarang yang telah memberikan izin penelitian di Pos Ketan Legenda 1967 Semarang

7. Para responden yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini untuk mengisi kuesioner penelitian.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mohon maaf atas kesalahannya, segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan skripsi ini serta bermanfaat dalam pengkajian dan mendorong ilmu pengetahuan bagi penulis, pembaca dan bagi penelitian selanjutnya.

Semarang, 2 Agustus 2017

Penulis,

Muhammad Arifin

NIM. 12010113130171

Contents

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
HALAMAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan	13
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	15
2.1.2 Perilaku Konsumen	16
2.1.3 Kualitas produk.....	16
2.1.4 Persepsi harga.....	17
2.1.5 Sikap	18
2.1.6 Pengambilan Keputusan Konsumen.....	19
2.2 Hubungan Antar Variabel	22
2.2.1 Hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian	22
2.2.2 Hubungan antara persepsi harga dengan keputusan pembelian	23
2.2.3 Hubungan antara sikap dengan keputusan pembelian.....	24

2.3	Penelitian Terdahulu	25
2.4	Kerangka Pemikiran	28
2.5	Hipotesis	29
BAB III METODELOGI PENELITIAN		30
3.1	Definisi Operasional Variabel	30
3.2	Populasi dan sampel	32
3.3	Jenis Data dan Sumber Data	34
3.4	Metode Pengumpulan Data Kuisisioner	35
3.5	Metode Analisis Data	36
3.5.1	Analisis Angka Indeks	36
3.5.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	37
3.5.3	Uji Asumsi Klasik	39
3.5.4	Analisis Regresi Linear Berganda	40
3.5.5	Uji Kelayakan Model	40
3.5.6	Uji Kausalitas	41
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL		42
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	42
4.1.1	Deskripsi Perusahaan	42
4.2	Deskripsi Responden	42
4.2.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur	43
4.2.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.2.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
4.2.4	Profil Penghasilan / Uang Saku Per Bulan Responden	45
4.2.5	Profil Frekuensi Konsumen Membeli Pos Ketan Legenda 1967 Kota Semarang	46
4.2.6	Bersama Siapa ke Pos Ketan Legenda 1967 Kota Semarang	46
4.2.7	Sumber Informasi Responden	47
4.3	Analisis Deskripsi Variabel	48
4.3.1	Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	48
4.3.2	Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga	49

4.3.3	Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Sikap	51
4.3.4	Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	52
4.4	Analisis Data	54
4.4.1	Hasil Uji Validitas	54
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas	55
4.5	Uji Asumsi Klasik	56
4.5.1	Uji Normalitas	56
4.5.2	Uji Multikolonieritas	59
4.5.3	Uji Heterokedastisitas	60
4.5.4	Uji glesjer.....	61
4.6	Uji Regresi Linier Berganda	62
4.7	Uji Hipotesis.....	64
4.7.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	64
4.7.2	Uji t	65
4.7.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	67
4.8	Interpretasi Hasil	68
4.8.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	68
4.8.2	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	69
4.8.3	Pengaruh Sikap terhadap Keputusan Pembelian.....	70
BAB V KESIMPULAN.....		71
5.1	Kesimpulan	71
5.2	Keterbatasan.....	73
5.3	Saran	73
5.3.1	ImplikasiKebijakan.....	73
5.3.2	Saran penelitian mendatang	75
DAFTAR PUSTAKA		76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah cabang Pos Ketan Legenda 1967 cabang Batu	3
Tabel 1.2	Jenis Waralaba Ketan Susu di Daerah Kota Semarang.....	5
Tabel 1.3	Data Penjualan Pos Ketan Legenda 1967 Kota Semarang	9
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	31
Tabel 4.1	Kategori Umur Responden	43
Tabel 4.2	Pengelompokkan Jenis Kelamin Responden	44
Tabel 4.3	Pembagian Jenis Pekerjaan Responden.....	44
Tabel 4.4	Penghasilan / Uang Saku per Bulan Responden	45
Tabel 4.5	Frekuensi membeli ketan susu legenda 1967	46
Tabel 4.6	Bersama Siapa ke Pos Ketan Legenda 1967 Kota Semarang.....	47
Tabel 4.7	Sumber Informasi Pos Ketan Legenda 1967 Kota Semarang	47
Tabel 4.8	Indeks Jawaban Variabel Kualitas Produk.....	48
Tabel 4.9	Deskripsi Indeks Variabel Kualitas Produk	49
Tabel 4.10	Indeks Jawaban Variabel Persepsi Harga.....	50
Tabel 4.11	Deskripsi Indeks Variabel Persepsi Harga	50
Tabel 4.12	Indeks Jawaban Variabel Sikap	51
Tabel 4.13	Deskripsi Indeks Variabel Sikap.....	52
Tabel 4.14	Indeks Jawaban Variabel Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.15	Deskripsi Indeks Variabel Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4.16	Hasil Uji Validitas	54
Tabel 4.17	Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.18	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	58
Tabel 4.19	Hasil Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.20	Hasil Uji Glesjer	61
Tabel 4.21	Koefisien Regresi Berganda	62
Tabel 4.22	Hasil Uji F	64
Tabel 4.23	Hasil Uji T	65
Tabel 4.24	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Teoritis	28
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas Menggunakan Histogram	56
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik P-Plot.....	57
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	76
Lampiran 2 Data Tanggapan Responden	90
Lampiran 3 Hasil Uji Statistik	95

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Dalam dunia ekonomi, bisnis merupakan suatu organisasi atau perusahaan yang menjual barang dan jasa kepada para konsumen atau organisasi lainnya. Salah satu dunia bisnis saat ini begitu banyak diminati ialah industri makanan dan minuman cepat saji. Di Indonesia bisnis makanan dan minuman merupakan bisnis yang sangat berkembang dan mempunyai potensi bisnis yang tinggi untuk terus berkembang dan bahkan bisnis makanan dan minuman atau yang biasa kita sebut bisnis kuliner ini merupakan suatu bisnis yang tidak akan pernah dikesampingkan karena makanan merupakan salah satu kebutuhan primer atau kebutuhan pokok semua orang.

Namun saat ini untuk menjalankan suatu bisnis kuliner kita tidak bisa hanya dengan menawarkan produk apa yang kita punya, di era saat ini perusahaan dituntut untuk dapat memahami keinginan konsumen dan terus menciptakan produk-produk baru yang dapat terus menarik konsumen. Perusahaan harus memahami perilaku konsumennya karena kelangsungan hidup perusahaan yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sangat bergantung pada perilaku konsumennya (Tjiptono, 2008). Pemasaran adalah fungsi dalam perusahaan yang bertugas menentukan target pelanggan serta

caraterbaik untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka secara bersaing dan menguntungkan (Kotler, 1996).

Saat ini banyak pengusaha-pengusaha yang muncul dengan terfokus pada mengkhususkan jenis kuliner yang mereka sajikan baik makanan maupun minumannya, sebagai contoh banyaknya kedai-kedai kopi pada saat ini mereka benar benar fokus akan produk jenis kopi yang mereka punya agar menarik konsumen tetap datang ke tempat kedai mereka. Ada pula jenis usaha kuliner yang terfokus menyajikan banyaknya jenis sambal yang mereka tawarkan, ada pula yang menawarkan produk Ayam Kentucky, Ketan Susu dan ada pula jenis usaha kuliner yang khusus menyajikan makanan berupa Steak. Pengusaha yang berkecimpung di bidang usaha tersebut berusaha mengenalkan jenis makanan kepada konsumen (Chendradewi, 2016).

Pos Ketan Legenda 1967 yang terletak di Kota Batu, Jawa Timur ini merupakan salah satu jenis usaha yang mencoba menawarkan produk khususnya yaitu ketan susu kepada konsumennya. Pengusaha Pos Ketan Legenda 1967 ini telah terbentuk sejak tahun 1967 yang di rintis oleh Siami. Embel-embel Legenda ini menempel karena sejak tahun tersebut sampai saat ini kedai-kedai ketan susu ini tidak pernah terputus, saat ini usaha tersebut diteruskan oleh generasi ke-3 dari keluarga Siami yaitu anak dari putra dan menantunya. Jenis usaha ini sudah tersebar di berbagai kota-kota besar di Provinsi Jawa Timur dan Jawa Tengah, terdapat beberapa cabang yang sampai saat ini terus berkembang.

Berikut adalah data perkembangan waralaba Pos Ketan Legenda 1967 Batu, Jawa Timur.

Tabel 1.1
Jumlah cabang Pos Ketan Legenda 1967 Kota Batu
Tahun 2015

No.	Cabang Kota	Jumlah	Lokasi
1.	Batu	1	Jl. Ir. Soekarno – KWB
2.	Yogyakarta	1	Jl. Melon Mundu Saren Yogyakarta
3.	Semarang	1	Jl MGR Sugiyopranoto 2. Semarang Selatan.
4.	Bondowoso	1	Jl. D.I. Panjaitan Bondowoso
5.	Solo	1	Dalam Taman Sriwedari
6.	Surabaya	3	Jl. Gubernur Suryo Taman Apsari Jl. A. Yani No. 24 Jl. Gubernur Suryo No. 6
7.	Sidoarjo	1	Jl. Pagerwojo No.99, Pagerwojo, Buduran

Sumber : <http://iklantravel.com/>

Asosiasi Franchise Indonesia mendefinisikan waralaba sebagai suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada konsumen, dimana pemilik merek (*franchisor*) memberikan hak kepada individu atau perusahaan untuk melakukan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu meliputi area tertentu” (Wikipedia Indonesia).

Semarang merupakan ibukota Provinsi Jawa Tengah yang terus mengalami perkembangan dalam bertambahnya perdagangan, perkantoran, wisata dan lembaga pendidikan. Dengan adanya hal itu tentu diiringi dengan perkembangan jumlah penduduk dimana banyaknya wisatawan, para pendatang

yang ingin mendalami dunia pendidikan maupun pendatang dalam usia pekerja yang memutuskan untuk menetap lebih lama di kota tersebut.

Waralaba Pos Ketan Legenda 1967 cabang Batu ini mulai berdiri di Kota Semarang sejak tahun 2015 dimana pemiliknya Maya dan Dana sapaannya mulai memutuskan menjalankan suatu bisnis waralaba ketan susu ini ketika Maya sedang mendalami masa studi S2 di salah satu Universitas di Semarang. Maya yang hobi jalan - jalan dan memasak ini selalu meluangkan waktunya untuk berlibur dan juga selalu mencicipi makanan khas setiap kota yang mereka singgahi. Pada saat itu Pos Ketan Legenda 1967 Batu ini sangat ramai dan jika dilihat dari pangsa pasarnya yang bagus dan Pos Ketan Legenda 1967 ini dilihat lagi mengembangkan cabangnya di tiap kota- kota besar di Jawa Timur dan Jawa Tengah. Namun bukan hanya Pos Ketan Legenda 1967 saja yang berdiri di Kota Semarang. Pada saat yang sama di tahun 2015 juga banyak pengusaha ketan bermunculan, dengan banyaknya pesaing membuat pilihan akan produk ketan mana yang akan menjadi pilihan konsumen. Selain itu nama usaha mereka pun menjadi suatu brand yang akan mengenalkan jenis usaha mereka kepada konsumen dan menarik masyarakat untuk dapat menyinggahi kedai-kedai ketan mereka. Terbukti dengan maraknya perkembangan perdagangan kuliner dengan menjualkan produk khusus ketan susu.

Beberapa jenis waralaba makanan cepat saji yang berupa ketan susu yang ada saat ini di daerah Kota Semarang adalah

Tabel 1.2
Jenis Waralaba Ketan Susu di Daerah Kota Semarang

No.	Nama waralaba	Alamat
1.	Pos Ketan Legenda 1967	Jl MGR Sugiyopranoto 2. Semarang Selatan
2.	Joeragantansu	Kawasan Pleburan Barat
3.	Ketanku	Jl. Menteri Supeno (Taman KB)
4.	Ketan kane	Jl. Jatimulyo No. 1 Tembalang
5.	Ketan susu Om Lion	Jl. Banjarsari, Tembalang

Sumber: data diolah oleh peneliti 2017

Dari table 1.2 terdapat beberapa nama waralaba ketan susu. Hal itu menjadikan perusahaan yang bergerak pada makanan khusus ketan susu ini mencari strategi yang baik agar bisa bertahan dan tetap bersaing secara sehat agar mampu menarik minat konsumen untuk membelinya produk miliknya.

Konsumen merupakan faktor terpenting yang harus selalu diperhatikan tingkah laku dan sikapnya agar pengusaha bisnis dapat terus mempertahankan dan mengembangkan bisnisnya. Tentunya perusahaan kuliner ini selalu berinovasi dan selalu menawarkan produk yang menarik agar konsumen dapat memutuskan pembelian produk yang diinginkannya pada perusahaan tersebut. Keputusan pembelian sendiri merupakan proses pengembangan keyakinan terhadap suatu brand berdasarkan informasi yang di terimanya hingga berujung pada keputusan untuk melakukan pembelian. Pengambilan keputusan pembelian sebagai proses kognitif yang melaluinya konsumen menerjemahkan informasi produk dan mengintegrasikan pengetahuan tersebut untuk membuat pilihan diantara alternatif yang tersedia (Peter dan Olson, 1999).

Seseorang yang memiliki motivasi yang tinggi terhadap suatu objek atau produk maka dia akan terdorong untuk berperilaku menguasai produk tersebut sebaliknya jika motivasinya rendah akan suatu objek atau produk maka ia akan mencoba untuk menghindari objek tersebut. Sikap seperti itulah yang akan keluar jika kita memiliki persepsi minat beli akan suatu produk.

Sikap dan perilaku pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen akan sebuah atribut, manfaat, dan objek (dengan mengevaluasi informasi) sementara itu mengacu pada respon efektifnya. Sikap konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan pembelian (Sumarwan, 2002). Sikap berkaitan dengan hal yang di pelajari, pengalaman dalam mengenal produk, informasi yang diperoleh dari orang lain, media massa, internet dan berbagai jenis pemasaran lainnya.

Ada 3 komponen dalam membentuk sikap secara keseluruhan, yaitu pertama, Kognitif (cognitive).Menggambarkan pengetahuan dan persepsi terhadap suatu objek. Kedua, Afektif (affective). Menggambarkan masalah perasaan atau emosional subyektif seseorang terhadap suatu obyek sikap.Secara umum komponen ini disamakan dengan perasaan yang dimiliki obyek tertentu. Ketiga, Konatif (conative). Komponen konatif atau komponen perilaku dalam struktur sikap menunjukkan bagaimana perilaku atau tindakan tertentu berkaitan dengan objek sikap (produk / merek tertentu) (Sumarwan, 2002).Sikap konsumen dapat memacu minat beli suatu produk.

Saat ini para konsumen akan melakukan risetnya sebelum ia memutuskan untuk membeli suatu produk, konsumen akan mencari tahu informasi - informasi produknya sebelum mereka melakukan keputusan pembelian.

Pos Ketan Legenda 1967 Semarang cabang Kota Batu ini berlokasi di Jl MGR Sugiyopranoto 2, Semarang Selatan. Tepatnya berada di lingkungan Museum Mandala Bakti Kota Semarang kawasan patung tugu Kota Semarang. Pos ketan legenda 1967 ini bisa di kunjungi dimulai jam 5 sore sampai jam 10.30 untuk hari senin-jum'at dan minggu, untuk hari sabtu tentunya pos kedai ketan susu ini dibuka hingga larut malam bagi consumer yang ingin berkunjung lebih lama disediakan dari jam 5 sore hingga jam 11.30.

Produk didefinisikan sebagai sesuatu yang ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen (Kotler, 1996). Kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya. Kualitas adalah jaminan terbaik atas loyalitas, pertahanan terkuat menghadapi pesaing luar dan satu-satunya jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan. Kualitas jelas merupakan kunci untuk menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan (Kotler, 2009). Berdasarkan penjelasan diatas, kualitas produk dapat diartikan sebagai nilai suatu barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk telah layak diperjualkan

sesuai harapan dari konsumen. Kualitas yang tinggi berkaitan erat dengan harga yang relative tinggi (Kotler 2009).

Waralaba Pos Ketan Legenda 1967 ini menawarkan ketan yang mempunyai bahan dasar yang berbeda dari jenis ketan susu lainnya karena Pos Ketan Legenda 1967 ini lebih berkualitas dengan didatangkannya bahan dasar langsung dari Negara Thailand. Menu yang ditawarkan di tempat ini sangat beraneka ragam, terdapat kurang lebih 20 varian berbagai macam aneka topping Pos Ketan Legenda 1967, adanya ketan original, ketan susu keju, ketan susu durian, ketan susu meses, ketan bubuk, ketan ayam pedas, dll. Namun yang menjadi menu favorit pengunjung ialah ketan susu durian, ketan susu keju meses dan ketan susu greentea keju.

Harga adalah atribut produk atau jasa yang paling sering digunakan oleh sebagian besar konsumen untuk mengevaluasi produk (Sumarwan, 2002). Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Untuk sebagian orang harga adalah faktor utama yang dipertimbangkan dalam memilih produk atau jasa. Harga merupakan hal yang diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian. Harga merupakan salah satu atribut penting yang diperhatikan oleh konsumen sehingga manajer perusahaan perlu benar-benar memahami peran harga dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Sehubungan dengan hal tersebut di atas, konsumen yang akan membeli suatu produk tentunya

memperhatikan hal-hal tersebut sebelum mereka melakukan keputusan untuk membeli suatu produk.

Persepsi harga yang ditawarkan dari Pos Ketan Legenda 1967 ini juga cukup bervariasi di mulai dari Rp 7.000 sampai dengan Rp 15.000 untuk satu porsi jenis varian topping ketan susu tersebut. Tidak hanya menjual ketan susunya saja, tentunya kedai kedai ketan susu ini juga menawarkan menu minuman yang di sediakannya antara lain aneka minuman teh, kopi, mocca, jahe dan berbagai varian rasa susu. Persepsi harga minuman-minuman yang di tawarkan diberikan dengan kisaran harga Rp.1.000 sampai dengan Rp. 8.000 kondisi yang terjadi kedai ketan legenda 1967 Kota Semarang ini mempunyai kualitas produk yang ditawarkan berbeda dengan produk ketan lainnya tentunya diiringi dengan adanya persepsi harga yang tinggi yang hingga saat ini berdampak pada jumlah penjualan kedai ketan legenda 1967 Kota Semarang ini terjadi perubahan yang begitu fluktuatif dibuktikan dalam table 1.3.

Tabel 1.3
Data penjualan Pos Ketan Legenda 1967 Kota Semarang
Bulan Desember 2015 – Desember 2016

No.	Bulan	Jumlah penjualan	Perubahan
1.	Desember	16.375.000	-
2.	Januari	25.450.000	+9.075.000
3.	Februari	23.700.000	-1.750.000
4.	Maret	30.125.000	+6.425.000
5.	April	28.675.000	-1.450.000
6.	Mei	32.400.000	+3.25.000
7.	Juni	29.985.000	-2.415.000
8.	Juli	31.000.000	-1.015.000
9.	Agustus	25.000.000	-6.000.000

No.	Bulan	Jumlah penjualan	Perubahan
10.	September	21.390.000	-3.610.000
11.	Oktober	21.670.000	-280.000
12.	November	17.450.000	-4.220.000
13.	Desember	15.000.000	-2.450.000

Sumber : Semarang, Desember 2015 – Desember 2016 Kota Semarang

Berdasarkan tabel 1.3 menunjukkan penjualan selama periode Desember 2015 – Desember 2016 terjadi perubahan yang fluktuasi jumlah penjualan. Dibuktikan dengan terjadi kenaikan jumlah penjualan yang cukup drastis dimana pada bulan Januari berjumlah Rp 25.450.000 dimana pada bulan sebelumnya bulan Desember hanya sebesar Rp 16.375.000. Kenaikan penjualan tersebut tidak berlangsung lama karena pada bulan berikutnya terjadi penurunan kembali dan pada bulan Maret mengalami kenaikan kembali dimana kondisi naik turunnya penjualan ini begitu terus terjadi hingga pada bulan Mei terjadi kenaikan tertinggi sebesar Rp 32.400.000 dan terjadi penurunan kembali hingga mencapai kondisi terburuk di bulan Desember yang hanya mendapatkan penjualan sebesar Rp 15.000.000.

Berdasarkan data yang disajikan dapat disimpulkan kurang optimalnya sistem manajemen dalam pihak Pos Ketan Legenda 1967 Kota Semarang ini. Tentunya harus segera di benahi dan dievaluasi oleh pihak manajemen untuk melakukan upaya dimana mereka harus dapat meyakinkan kepada konsumen agar dapat melakukan pembeliannya di kedai susu tersebut sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Untuk mencapai peningkatan penjualan tentunya pihak manajemen harus dapat menarik minat konsumen.

Penelitian ini memfokuskan pada konsumen Pos Ketan Legenda 1967 Kota Semarang dengan menggunakan metode sampel, dalam hal ini penduduk yang berada di sekitar Kota Semarang yang berasal dari berbagai latar belakang, daerah, budaya, sifat dan tingkat ekonomi untuk memudahkan dalam penelitian ini digunakan teknik sampling.

Atas dasar latar belakang masalah tersebut, maka dalam penelitian ini dapat ditarik judul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN SIKAP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Pos Ketan Legenda 1967 Kota Semarang)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan tabel 1.3 menunjukkan penjualan selama periode desember 2015 – desember 2016 menunjukkan terjadinya penurunan jumlah penjualan Pos Ketan Legenda 1967 Semarang dan dari latar belakang yang telah diuraikan diatas maka diajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah terdapat pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah terdapat pengaruh sikap terhadap keputusan pembelian?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian
3. Untuk menganalisis pengaruh sikap terhadap keputusan pembelian

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi kalangan akademisi

Manfaat penelitian ini sebagai penerapan ilmu yang telah diperoleh di dalam bangku perkuliahan bagi dunia nyata dan memberikan informasi nantinya bagi peneliti-peneliti lebih lanjut yang akan mempunyai kesamaan tema penelitian yang diajukan diharapkan menjadi bahan referensi untuk mengembangkan teori yang sudah ada sebelumnya.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan masukan informasi bagi perusahaan yang berguna untuk mengembangkan produk serta rencana strategi pemasaran yang berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen agar sesuai dengan kebutuhan konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun susunan penulisan secara sistematis adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari pendahuluan tentang penelitian, menjelaskan latar belakang yang berisi terkait alasan kenapa memilih penelitian ini, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini menjelaskan landasan teori dari kualitas produk, persepsi harga, sikap, dan keputusan pembelian yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini serta membahas penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis dari penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang bagaimana metode penelitian akan dilaksanakan. Terdiri dari metode pengumpulan data, metode analisis populasi dan sampel, jenis dan sumber data penelitian, lokasi penelitian, dan tahapan pelaksanaan kegiatan penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini diuraikan deskripsi objek penelitian, pembahasan pengujian dan hasil analisis data, dan interpretasi hasil.

BAB V : PENUTUP

Pada bab penutup ini berisi kesimpulan hasil penelitian, keterbasan dan saran dalam penelitian ini.