

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,
PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK BAWANG HITAM MYRICAN DI
BANDUNG**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Wahyu Rajasa Putra

NIM. 12010111130170

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2018**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Wahyu Rajasa Putra
Nomor Induk Mahasiswa : 12010111130170
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen

Judul : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,
PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK BAWANG HITAM
MYRICAN DI BANDUNG**

Dosen Pembimbing : I Made Bayu Dirgantara, S.E., M.M.

Semarang, 3 Agustus 2018

Dosen Pembimbing,

I Made Bayu Dirgantara, S.E., M.M.

NIP. 196908152001121002

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Wahyu Rajasa Putra
Nomor Induk Mahasisiwa : 12010111130170
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen

Judul : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,
PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK BAWANG HITAM
MYRICAN DI BANDUNG**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 09 Agustus 2018

Tim Penguji

1. I Made Bayu Dirgantara, SE, MM (.....)

2. I Made Sukresna, SE, M.Si, Ph.D (.....)

3. Rizal Hari Magnadi, SE, MM (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Wahyu Rajasa Putra, menyatakan bahwa kripsi dengan judul: Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bawang Hitam Myrican di Bandung, adalah 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 dari penulis lain, 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 seolaholah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 3 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan

Wahyu Rajasa Putra

NIM. 12010111130170

ABSTRACT

This study aims to determine whether product quality, price perception, promotion, and brand image affect the purchase decision of Myrican black garlic products in Bandung. The fluctuating level of sales of Myrican black garlic is the background of this research problem. Tight competition in the herbal medicine market and a lack of information about the benefits of black onion as an herbal remedy are among the factors that cause uncertain sales.

The technique that will be used in this research to determine the data to be studied is non-probability sampling technique, which is a sampling technique that is chosen on the basis of availability or because of the researchers' consideration that they can represent the population. The method used in sampling in this study is purposive sampling. This method uses criteria that have been selected by the researcher in choosing a sample.

The research shows product quality, price perception, promotion, and brand image have a significant influence on purchasing decisions. Product quality has the highest significant influence on purchasing decisions. Price perception has the lowest significant influence on purchasing decisions.

Key words: product quality, price perception, promotion, brand image, purchasing decisions

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk, persepsi harga, promosi, dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk bawang hitam Myrican di Bandung. Tingkat penjualan bawang hitam Myrican yang fluktuatif menjadi latar belakang masalah penelitian ini. Persaingan ketat pada pasar obat herbal dan kurangnya informasi tentang manfaat bawang hitam sebagai obat herbal menjadi salah satu faktor yang menyebabkan tingkat penjualan yang tidak menentu.

Teknik yang akan digunakan pada penelitian ini untuk menentukan data yang akan diteliti adalah dengan teknik *non probability sampling* yaitu teknik sampling yang dipilih atas dasar ketersediannya atau karena pertimbangan peneliti bahwa mereka bisa mewakili populasi. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Metode ini menggunakan kriteria yang telah dipilih oleh peneliti dalam memilih sampel.

Berdasarkan hasil penelitian kualitas produk, persepsi harga, promosi, dan citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan paling tinggi terhadap keputusan pembelian. Persepsi harga memiliki pengaruh signifikan paling rendah terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: kualitas produk, persepsi harga, promosi, citra merek, keputusan pembelian

KATA PENGANTAR

Syukur dipanjatkan ke hadirat Allah S.W.T. yang memberi rahmat dan karuniaNya, sehingga skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada produk bawang hitam Myrican di Bandung)” dapat diselesaikan oleh penulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Allah S.W.T. yang telah memberikan kesehatan baik pikiran dan jasmani, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua Bpk. Nur Harto dan Ibu Sri Wahyuni S.H., yang telah memberi kesempatan untuk dapat menempuh studi S1.
3. Kedua saudaraku Dimas dan David, yang selalu memberikan inspirasi.
4. Bpk. I Made Bayu Dirgantara S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing hingga skripsi ini dapat diselesaikan
5. Bpk. Erman Denny Arfianto S.E., M.M., selaku Dosen Wali yang selalu memberikan arahan.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah mengajarkan ilmu.

7. Seluruh sahabat seperjuangan: Aji, Rilo, Fajar, dan sahabat seperjuangan yang tidak dapat disebutkan masing-masing, yang telah memberikan semangat untuk tidak menyerah.
8. Seluruh responden yang telah membantu menjawab kuesioner.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan yang telah membantu dalam pembuatan skripsi ini.

Masih banyak kelemahan dalam penelitian ini, baik dari pemilihan kata, penyajian, dan pembahasan materi pada penelitian ini. Maka dari itu kritik dan masukan dari semua pihak diharapkan untuk kepentingan penelitian mendatang. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi perusahaan, penelitian mendatang, dan akademisi Universitas Diponegoro.

Semarang, 3 Agustus 2018

Penulis,

Wahyu Rajasa Putra

NIM. 12010111130170

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGATAR	vii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	11
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	12
1.4 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Keputusan Pembelian	14
2.1.2 Kualitas Produk	16
2.1.2.1 Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	18
2.1.3 Persepsi Harga.....	19
2.1.3.1 Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian.....	21
2.1.4 Promosi.....	22
2.1.4.1 Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian	24

2.1.5	Citra Merek	25
2.1.5.1	Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	26
2.2	Penelitian Terdahulu	27
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis	29
2.4	Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III	METODE PENELITIAN.....	31
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	31
3.1.1	Variabel Penelitian	31
3.1.1.1	Variabel Dependen.....	31
3.1.1.2	Variabel Independen	31
3.1.2	Definisi Operasional.....	32
3.2	Skala Pengukuran Variabel	33
3.3	Populasi dan Sampel	34
3.3.1	Populasi	34
3.3.2	Sampel.....	34
3.3.3	Teknik Pengukuran Sampel	34
3.4	Jenis dan Sumber Data	36
3.5	Metode Pengumpulan Data	36
3.6	Metode Analisis Data	37
3.6.1	Uji Instrumen.....	37
3.6.1.1	Uji Validitas	37
3.6.1.2	Uji Reliabilitas.....	37
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	38
3.6.2.1	Uji Normalitas Data	38
3.6.2.2	Uji Multikoleniearitas	38
3.6.2.3	Uji Heteroskedastisitas	39
3.6.3	Uji Goodness of Fit	40

3.6.3.1	Uji t (Uji Parsial)	40
3.6.3.2	Uji F (Uji Simultan)	40
3.6.3.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	41
3.6.3.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	44
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	44
4.1.2	Gambaran Umum Responden	44
4.2	Analisis Data	46
4.2.1	Analisis Deskriptif Variabel.....	46
4.3	Uji Instrumen.....	51
4.3.1	Uji Validitas	51
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	52
4.4	Uji Asumsi Klasik	53
4.4.1	Uji Normalitas	53
4.4.2	Uji Multikolinearitas	54
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	55
4.5	Uji Goodness of Fit	56
4.5.1	Uji t.....	56
4.5.2	Uji F.....	57
4.5.3	Uji Koefisien Determinasi.....	58
4.5.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
4.6	Pembahasan.....	60
BAB V	PENUTUP	64
5.1	Kesimpulan.....	64
5.2	Keterbatasan	65
5.3	Saran.....	66

5.3.1	Saran bagi Perusahaan.....	66
5.3.2	Saran bagi Penelitian Mendatang.....	66
	DAFTAR PUSTAKA	67
	LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penjualan Bawang Hitam Myrican 2014-2016	6
Tabel 3.1	Definisi Operasional dan Indikator Variabel	32
Tabel 4.1	Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2	Usia.....	45
Tabel 4.3	Pendapatan per Bulan.....	46
Tabel 4.4	Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	48
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	48
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel Promosi	49
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	50
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.11	Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.12	Uji t	56
Tabel 4.13	Uji F.....	57
Tabel 4.14	Uji Koefisien Determinasi.....	58
Tabel 4.15	Analisis Regresi Linear Berganda.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	29
Gambar 4.1	Uji Normalitas	53
Gambar 4.2	Uji Heteroskedastisitas	55

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	Kuesioner Penelitian
LAMPIRAN B	Data Kuesioner
LAMPIRAN C	Frekuensi Jawaban Responden
LAMPIRAN D	Uji Instrumen
LAMPIRAN E	Uji Asumsi Klasik
LAMPIRAN F	Uji Goodness of Fit
LAMPIRAN G	Gambar Produk

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pola hidup manusia terus berubah seiring dengan perkembangan zaman. Teknologi dan inovasi baru terus diciptakan untuk memudahkan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perkembangan teknologi yang terus maju memicu pola hidup yang lebih praktis. Usaha dan waktu yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan lebih sedikit dengan menggunakan teknologi.

Pola hidup manusia mengikuti perkembangan teknologi yang ada. Teknologi yang semakin berkembang tidak hanya membawa dampak yang positif terhadap manusia namun juga membawa dampak yang negatif. Dampak positif yang didapat dari teknologi adalah mempermudah pekerjaan yang dilakukan dalam memenuhi kebutuhan. Dampak negatif dari perkembangan teknologi salah satunya adalah kerusakan lingkungan dan kesehatan manusia.

Akses untuk mendapatkan hasil dari teknologi yang semakin mudah dan penggunaan yang berlebih menjadi salah satu faktor yang menyebabkan dampak negatif dari teknologi. Kemudahan yang diberikan oleh teknologi menyebabkan manusia semakin bergantung terhadap teknologi untuk melakukan berbagai macam aktivitas.

Salah satu dampak buruk dari ketergantungan teknologi dapat terlihat dari segi makanan. Perkembangan teknologi saat ini memungkinkan makanan untuk di simpan dalam jangka waktu yang lama dengan menggunakan bahan pengawet makanan. Banyak perusahaan dalam industri makanan yang menggunakan bahan pengawet makanan dalam produknya, terutama makanan instan. Tidak sedikit orang lebih memilih makanan instan sebagai makanan sehari-hari dengan berbagai macam alasan. Bahan pengawet yang ada pada makanan dapat menyebabkan gangguan pada kesehatan, dan apabila dikonsumsi secara terus-menerus dapat menyebabkan penyakit yang berakibat pada kematian.

Salah satu contoh yang telah disebutkan merupakan pola hidup manusia saat ini, khususnya sebagian besar masyarakat Indonesia. Pola hidup yang lebih mementingkan kemudahan dan kecepatan tanpa memperhatikan elemen lain dalam kehidupan merupakan pola hidup yang tidak sehat. Pola hidup tidak sehat yang telah menjadi kebiasaan sehari-hari sebagian besar masyarakat Indonesia bahkan masyarakat dunia ini, berdampak pada kesehatan masyarakat itu sendiri. Penyakit yang umumnya diderita oleh kaum manula beberapa dekade yang lalu, saat ini banyak dijumpai pada usia muda. Fenomena ini memaksa masyarakat Indonesia dan dunia untuk lebih memperhatikan kesehatan.

Kesadaran masyarakat tentang pentingnya kesehatan di Indonesia membuka peluang yang cukup besar bagi industri kesehatan. Persaingan dalam dunia kesehatan semakin ketat seiring dengan berkembangnya penelitian tentang penyakit dan obat-obatan. Berbagai jenis obat-obatan beredar di pasar untuk memenuhi permintaan akan kesehatan. Terdapat dua jenis obat-obatan yang beredar di masyarakat saat ini, yaitu obat kimia dan obat herbal.

Dalam lansiran *kompasiana.com* (Evelyn, 2014), Obat kimia adalah obat yang diolah dengan menggunakan campuran bahan kimia yang tidak disintesis di dalam tubuh. Obat kimia memiliki reaksi yang cepat dalam menyembuhkan gejala penyakit, namun hanya menyembuhkan gejalanya dan tidak pada akar penyakit. Obat kimia hanya menyembuhkan penyakit akut dan memiliki efek samping saat digunakan. Jika digunakan dalam jangka waktu panjang obat kimia akan menjadi racun apabila terjadi pengendapan karena tidak disintesis atau tidak dicerna di dalam tubuh.

Sedangkan obat herbal adalah obat yang berasal dari seluruh atau sebagian dari tumbuh-tumbuhan. Berbeda dengan obat kimia, obat herbal diolah dengan bahan dari tumbuh-tumbuhan yang dapat dicerna di dalam tubuh, sehingga efek samping sedikit atau sama sekali tidak memiliki efek samping. Obat herbal tidak hanya mengobati satu gejala penyakit tetapi menyembuhkan organ tubuh lain. Obat herbal dapat digunakan dalam jangka waktu terus-menerus karena bersifat konstruktif, namun reaksi pada obat herbal lama dalam penyembuhan.

Dalam penggunaannya, obat kimia dan obat herbal memiliki peranannya masing-masing. Obat kimia digunakan apabila penyakit tersebut bersifat akut, sehingga membutuhkan reaksi yang cepat pada penanganannya. Sedangkan obat herbal digunakan untuk mencegah penyakit dan saat proses pemulihan. Obat herbal dapat dikonsumsi bersamaan dengan obat kimia apabila seorang pasien menghendaki pengobatan secara herbal.

Saat ini ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap obat herbal semakin meningkat seiring dengan banyaknya penelitian mengenai berbagai macam manfaat obat herbal. Ketertarikan masyarakat terhadap obat herbal dipicu dengan kesadaran tentang menjaga kesehatan dan biaya untuk kesehatan yang semakin meningkat. Harga dari obat herbal yang lebih terjangkau dibanding dengan harga obat kimia juga menjadi salah satu faktor ketertarikan masyarakat, karena sebagian besar obat kimia yang beredar merupakan produk impor. Salah satu obat herbal yang beredar di pasar adalah bawang putih hitam atau lebih sering dikenal sebagai bawang hitam (*black garlic*).

Bawang hitam (*black garlic*) adalah bawang putih yang diproses dengan cara fermentasi pada suhu tinggi dan dalam waktu yang lama. Berbeda dengan bawang putih biasa, bawang hitam memiliki tekstur lembut, kenyal, gurih, dan sedikit manis. Bawang hitam sudah cukup banyak digunakan di berbagai belahan dunia sebagai obat dan bahan masakan, namun di Indonesia sendiri bawang hitam belum banyak dikenal. Bawang hitam memiliki manfaat sebagai anti kanker, menurunkan darah tinggi, menurunkan kolesterol, menurunkan gula darah, dll.

Dalam penelitian ini objek yang digunakan adalah produk bawang hitam merek Myrican. Myrican adalah salah satu produsen bawang hitam yang digunakan sebagai obat herbal maupun bahan masakan. Myrican pertamakali didirikan pada akhir tahun 2010 di Bandung. Berawal dari produksi dengan tujuan untuk dikonsumsi sendiri yang kemudian mendapatkan tawaran pesanan oleh masyarakat sekitar. Permintaan bawang hitam dari masyarakat semakin meningkat karena masyarakat merasakan manfaat yang dirasakan setelah mengkonsumsi. Proses produksi bawang hitam Myrican dilakukan dengan menggunakan *rice cooker* untuk memfermentasikan bawang putih selama 20 hari. Produk bawang hitam dapat bertahan hingga 6 bulan masa kadaluarsanya dengan menggunakan metode tersebut. Myrican dapat memproduksi bawang hitam hingga 500 unit dalam satu bulan. Saat ini Myrican telah berdiri lebih dari lima tahun dan telah memiliki pelanggan tetap. Pembeli dari produk Myrican mendapatkan informasi mengenai produk melalui kerabat dari pemilik usaha atau yang lebih dikenal dengan metode *word of mouth*. Penjualan produk dilakukan dengan cara penjualan langsung di rumah pemilik usaha dan juga melalui pesanan dengan telepon maupun media sosial.

Dalam usaha yang dijalani, Myrican mengalami tingkat penjualan yang tidak menentu. Tingkat penjualan yang tidak menentu atau fluktuasi penjualan yang terjadi dapat dilihat dalam data berikut.

Tabel 1.1
Penjualan Bawang Hitam Myrican
2014 - 2016

Tahun	Bulan	Penjualan		
		Unit	Perbedaan	Persentase
2014	Januari	276	-	-
	Februari	312	36	13,04
	Maret	297	(15)	(4,80)
	April	303	6	2,02
	Mei	331	28	9,24
	Juni	245	(86)	(25,98)
	Juli	261	16	6,53
	Agustus	284	23	8,81
	September	273	(11)	(3,87)
	Oktober	229	(44)	(16,11)
	November	278	49	21,36
	Desember	254	(24)	(8,63)
2015	Januari	296	42	16,53
	Februari	342	46	15,54
	Maret	311	(31)	(9,06)
	April	356	45	14,46
	Mei	277	(79)	(22,19)
	Juni	281	4	1,44
	Juli	267	(14)	(4,98)
	Agustus	273	6	2,24
	September	291	18	6,59
	Oktober	284	(7)	(2,40)

	November	265	(19)	(6,69)
	Desember	289	24	9,05
2016	Januari	256	(33)	(11,41)
	Februari	244	(12)	(4,68)
	Maret	276	32	13,11
	April	282	6	2,17
	Mei	249	(33)	(11,70)
	Juni	264	15	6,02
	Juli	221	(43)	(16,28)
	Agustus	161	(60)	(27,14)
	September	203	42	26,08
	Oktober	189	(14)	(6,89)
	November	238	49	25,92
	Desember	261	23	9,66

Sumber: *Myrican Bandung*

Tabel 1.1 menunjukan telah terjadi tingkat penjualan yang fluktuatif pada penjualan bawang hitam merek Myrican di tahun 2014 – 2016. Permasalahan penyebab dari fluktuasi penjualan yang terjadi adalah karena adanya keadaan dimana pada beberapa bulan tertentu terjadi penurunan penjualan. Hal ini juga dapat disebabkan karena ketatnya persaingan dalam pasar obat herbal, sehingga konsumen lebih bebas dalam menentukan produk obat herbal yang lebih cocok. Dengan hal ini, produsen bawang hitam Myrican dipaksa untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian obat herbal bawang hitam Myrican untuk meningkatkan penjualan.

Menurut Kotler dan Keller (2012), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat. Dalam penelitian Rachman, Hasiolan, dan Minarsih (2013) menunjukan keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.

Dalam penelitian Samosir dan Prayoga (2015) menunjukan terdapat pengaruh yang positif antara persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen. Menurut Peter dan Olson (2014) persepsi harga adalah bagaimana konsumen memahami secara menyeluruh terhadap informasi harga dan dapat memberikan makna yang mendalam bagi konsumen.

Dalam penelitian Purbarani dan Santoso (2013) menyebutkan keputusan pembelian dipengaruhi oleh promosi secara positif. Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa promosi adalah berbagai cara untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau brand yang dijual.

Dalam penelitian Ago, *et al.* (2015) menunjukan citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut Kotler & Keller (2012) merek adalah barang atau jasa yang tujuannya untuk membedakan produk tersebut dari barang atau jasa perusahaan lain yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan yang serupa.

Dengan kondisi tersebut, produsen bawang hitam Myrican perlu memahami faktor yang menyebabkan keputusan pembelian untuk meningkatkan volume penjualan pada produknya. Atribut kualitas produk, persepsi harga, promosi, dan citra merek perlu dikaji untuk mengetahui pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk bawang hitam Myrican. Penelitian ini memfokuskan pada desain atribut yang dipandang dari segi konsumen. Sehingga diperlukan sebuah penelitian untuk memahami hubungan atribut tersebut terhadap pengaruh keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, penelitian ini diberi Judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BAWANG HITAM MYRICAN DI BANDUNG”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, masalah dalam penelitian ini adalah terjadi fluktuasi pada penjualan produk bawang hitam Myrican. Produsen bawang hitam Myrican perlu memahami faktor yang menyebabkan keputusan pembelian untuk meningkatkan volume penjualan pada produknya. Menurut penelitian sebelumnya dan pendapat ahli, atribut kualitas produk, persepsi harga, promosi, dan citra merek perlu dikaji untuk mengetahui pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk bawang hitam Myrican.

Pertanyaan penelitian dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
4. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk bawang hitam merek Myrican di kota Bandung.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk bawang hitam merek Myrican di kota Bandung.
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk bawang hitam merek Myrican di kota Bandung.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian produk bawang hitam merek Myrican di kota Bandung.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

1. Perusahaan

Memberikan masukan bagi perusahaan dalam memahami faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen dan dapat menentukan langkah yang tepat untuk mengatasinya.

2. Akademis

Memberikan sumbangan kerangka teoritis mengenai keputusan pembelian yang dapat digunakan sebagai bahan acuan penelitian mendatang.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistem penulisan dalam penelitian ini disusun berdasar bab demi bab yang diuraikan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II: TELAAH PUSTAKA

Berisi tentang landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Berisi tentang definisi variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang hasil penelitian secara sistematis kemudian dianalisis dengan metode penelitian yang telah ditetapkan untuk selanjutnya diadakan pembahasan.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan, keterbatasan dan saran untuk penelitian selanjutnya berdasarkan hasil pembahasan pada bab – bab sebelumnya.