

ABSTRACT

In today's business, companies face ever-increasing pressure from various stakeholders such as customers. In snack industry, such pressure is even tougher. Companies need to objectively assess their company or products and compare them to their competitors in the marketplace. A research is needed to understand the customers' perception, particularly when planning for the company's future profitability.

This study aims to analyze the effect of product quality and price of product on purchase decisions of Mie Kremezz Brand. This study employs two independent variables i.e. product quality and price, and one dependent variable i.e. product quality and price purchase decision variable. Both primary and secondary data were obtained. Secondary data were obtained from various sources such as journal, and books. Primary data were obtained by using questionnaire. Target respondents were students of Junior High School (SMP) in Jakarta. Data were collected from 5 schools. Using accidental sampling techniques, a total of 200 responses were obtained. Data were examined using both descriptive and statistical analysis such as multicollinearity, heteroscedasticity, normality, F test, t test, linear regression analysis, and validity and reliability tests.

The finding reveals the key issues for research. Using multiple regression analysis, it was found that both product quality and price had a significant impact on purchase decisions with the R Square of 54.8. Researchers showed that the company should maintain product quality and price policy to maintain our loyal consumers who have and still decided to buy the product Mie Kremezz. There is also a need for more research on the influence of promotion, distribution channels, service, and service quality. However, this research supports the use product quality and price in purchase decision of snack food.

Key words: product quality, price, purchase decisions.

ABSTRAK

Dalam bisnis saat ini, perusahaan menghadapi tekanan yang semakin meningkat dari berbagai pihak seperti pelanggan. Dalam industri makanan ringan, tekanan tersebut lebih berat lagi. Perusahaan perlu menilai secara objektif perusahaan atau produk mereka dan membandingkannya dengan pesaing mereka di pasar. Penelitian dibutuhkan untuk memahami persepsi pelanggan, terutama ketika merencanakan untuk profitabilitas masa depan perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga produk terhadap keputusan pembelian produk Mie Kremezz. Penelitian ini menggunakan dua variabel independen yaitu kualitas produk dan harga, dan satu variabel dependen yaitu variabel produk tergantung keputusan pembelian. Baik data primer dan data sekunder yang diperoleh. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal, dan buku. Data primer diperoleh dengan menggunakan kuesioner. Target responden adalah siswa-siswi Sekolah Menengah Pertama (SMP) di Jakarta. Data yang dikumpulkan dari 5 SMP. Menggunakan teknik accidental sampling, total responden yang diperoleh adalah 200 responden. Data diperiksa menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik seperti multikolinearitas, heteroskedastisitas, normalitas, uji F, uji t, analisis regresi linier, dan uji validitas dan reliabilitas.

Penemuan ini mengungkapkan isu-isu kunci untuk penelitian. Menggunakan analisis regresi berganda, ditemukan bahwa baik kualitas produk dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan R Square 54,8. Peneliti menunjukkan bahwa perusahaan harus tetap mempertahankan kualitas produk dan kebijakan harganya untuk dapat mempertahankan konsumen yang sudah loyal dan tetap memutuskan untuk membeli produk Mie Kremezz. Ada juga kebutuhan untuk penelitian lebih lanjut tentang pengaruh promosi, saluran distribusi, pelayanan, dan kualitas pelayanan. Namun, penelitian ini mendukung kualitas menggunakan produk dan harga dalam keputusan pembelian makanan ringan.

Kata kunci : *kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian*

PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Kremezz**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama Penyusun : Irwan Saputra

Nomor Induk Mahasiswa : 55108110097

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : 28 Juli 2010

Mengesahkan :

Direktur Pascasarjana

**Ketua Program Studi
Magister Manajemen**

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

Ir. Dana Santoso, M.Eng. Sc., Ph.D

Ir. Har Adi Basri, M.Ec, Ph.D

Pembimbing,

Muchsin Saggaff Shihab, MBA, Ph.D

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Kremezz**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama Penyusun : Irwan Saputra

Nomor Induk Mahasiswa : 55108110097

Program : Pasca Sarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 28 Juli 2010

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Juli 2010

Irwan Saputra

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan Rahmat dan BerkatNya sehingga dapat terselesaikannya Karya Akhir dengan judul “**Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Mie Kremezz***”. Kiranya hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan berguna bagi penulis sendiri untuk mengembangkan keilmuan yang dimilikinya.

Pada kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Suharyadi, MS, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Ir. Dana Santoso, M.Eng.Sc, Ph.D, selaku Direktur Program Kelas Karyawan Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Ir. Har Adi Basri, MEc, Ph.D, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Muchsin Saggaff Shihab, MBA, Ph.D. Selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Bapak-bapak dan Ibu-ibu Dosen Pengajar dan Staf Karyawan pada Program Pasca Sarjana Magister Managemen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan pengajaran dalam proses pembelajaran selama menempuh studi.

6. Bapak Daniel C Waleleng selaku General Manager PT Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk yang banyak membantu dan memberikan dukungan dalam proses penyelesaian karya akhir ini.
7. Ibu Silvy Anggraini selaku Product Manager PT Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk yang banyak membantu dan memberikan dukungan dalam proses penyelesaian karya akhir ini.
8. Rekan-rekan mahasiswa Angkatan 12 Kampus Menteng (Bapak Joko, Bapak Perry, Bapak Deni, Bapak Adi, Bapak Narto, Bapak Heru, Ibu Rina, Ibu Nita, dll) yang telah bekerja sama dengan baik selama proses perkuliahan.
9. Orang tua dan kakak-kakakku tercinta yang dengan sabar selalu memberikan semangat, do'a, dan segala dukungannya untuk terselesaikannya karya akhir ini.
10. Kekasihku tercinta atas segala pengertian, do'a, semangat, bimbingan, dan kesabarannya menemani penulis mulai dari awal pembuatan, seminar, sampai sidang karya akhir ini.
11. Semua teman-temanku diluar Kampus yang telah memberikan semangat baik langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu.

Akhir kata sekali lagi saya mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak, semoga karya akhir ini dapat menambah wawasan tentang kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk *Mie Kremezz*, serta dapat memberikan manfaat bagi para pembaca untuk penelitian yang akan datang.

Jakarta, Juli 2010

Penulis,

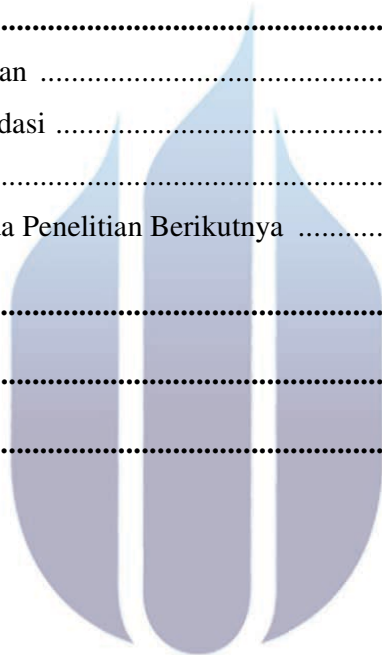
Irwan Saputra

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi, Batasan, dan Rumusan Masalah	6
1.2.1 Identifikasi Masalah	6
1.2.2 Batasan Masalah	6
1.2.3 Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan, Kegunaan, dan Sistematika Penulisan Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian	7
1.3.3 Sistematika Penulisan Penelitian	8
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS ..	9
2.1 Perilaku Konsumen	9
2.1.1 Definisi Perilaku Konsumen	9
2.1.2 Tahap-tahap dalam Proses Pembelian	10
2.1.3 Model Perilaku Konsumen	14
2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	16
2.2.1 Pengertian <i>Marketing Mix</i>	16

2.2.2	Produk (<i>Product</i>).....	18
2.2.3	Harga (<i>Price</i>).....	22
2.2.4	Tempat (<i>Place</i>).....	26
2.2.5	Promosi (<i>Promotion</i>)	26
2.3	Hubungan Produk dengan Keputusan Pembelian	28
2.4	Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian	31
2.5	Penelitian Terdahulu	33
2.6	Kerangka Pemikiran	35
2.7	Hipotesis	36
BAB III. METODE PENELITIAN		38
3.1.	Objek Penelitian	38
3.2.	Metode Penelitian	38
3.3.	Metode Pengambilan Sampel	39
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	41
3.5.	Metode Pengumpulan Data	41
3.6.	Metode Analisis	42
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....		48
4.1.	Karakteristik Responden	48
4.2.	Analisis Deskriptif	50
4.2.1	Produk (<i>Product</i>)	50
4.2.2	Harga (<i>Price</i>)	51
4.2.3	Keputusan Pembelian	53
4.3.	Analisis Regresi Linear Berganda	54
4.3.1	Uji Asumsi Klasik	54
4.3.1.1	Uji Heteroskedastisitas	54
4.3.1.2	Uji Multikolinearitas	57
4.3.2	Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	58
4.3.2.1	Uji F	58
4.3.2.1	Uji T	59

4.3.1 Pengujian Data dan Instrumen	61
4.3.3.1 Uji Reliabilitas	61
4.3.3.2 Uji Validitas	62
4.3.3.3 Uji Normalitas	63
4.4. Pembahasan	64
BAB V. PENUTUP	62
5.1. Kesimpulan	62
5.2. Rekomendasi	63
5.3. Saran	64
5.4. Saran pada Penelitian Berikutnya	64
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	72
RIWAYAT HIDUP	81



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Market Size Industri Snack Di Indonesia	2
Tabel 1.2. Pertumbuhan Konsumsi Sub Kategori Snack Noodle Di Indonesia	3
Tabel 1.3. Market Share <i>Mie Kremezz</i>	4
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	48
Tabel 4.2. Analisis Deskriptif Produk	50
Tabel 4.3. Analisis Deskriptif Harga	52
Tabel 4.4. Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	53
Tabel 4.5. Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Tabel 4.6. Hasil Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4.7. Hasil Uji F	58
Tabel 4.8. Hasil Uji T	59
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	62

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Lima Tahap Pembelian	10
Gambar 2.2. Model Lima Tahap Proses Pembelian	14
Gambar 2.3. Empat Komponen P Dalam Bauran Pemasaran	17
Gambar 2.4. Kerangka Pemikiran	36
Gambar 4.1. Scatterplot pada Uji Heteroskedastisitas	56
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas	63



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner	72
Lampiran 2 : Rekap Kuesioner	74
Lampiran 3 : Data Hasil SPSS	77



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA