

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP**

**KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK**

**UMKM ROTI KANGEN *BAKERY* CILACAP**



**Oleh:**

**LASTRI**

**212325011**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA AL GHAZALI**

**CILACAP**

**2025**

## SKRIPSI

### PENGESAHAN

psi Saudara

Nama : **LASTRI**  
NIM : **212325011**  
Judul : **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan  
Pembelian Konsumen pada Produk UMKM Roti Kangen  
Bakery Cilacap**

h disidang Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama  
Ghazali Cilacap pada hari / tanggal :

**Selasa, 17 Juni 2025**

n dapat diterima sebagai pemenuhan tugas akhir mahasiswa Program Strata 1 (S.1)  
najemen Fakultas Ekonomi pada Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap.

Cilacap, 17 Juni 2025

Dewan Sidang

Ketua

Sekretaris

  
Mutia Pamikatsih, M.E.Sy.  
NIDN. 0631058803

  
Hatta Setiabudhi, M.Ak.  
NIDN. 0631128201

Penguji 1

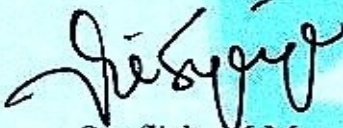
Penguji 2

  
Rahmat Alhakim, M.E.  
NIDN. 0608078104

  
Hatta Setiabudhi, M.Ak.  
NIDN. 0631128201

Pembimbing

Ass. Pembimbing

  
Syafi'ah, M.M.  
NIDN. 0017108405

  
Hakim, M.M.  
NIDN. 0631128903

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi



Mutia Pamikatsih, M.E.Sy.

## NOTA KONSULTAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK UMKM KANGEN *BAKERY* CILACAP**

Oleh :

LASTRI

NIM. 212325011

Disetujui dan Disahkan

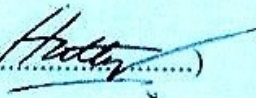
1. Rahmat Alhakim, M.E.  
NIDN. 0608078104

Penguji I / Penilai

()

2. Hatta Setiabudhi, M.Ak.  
NIDN. 0631128201

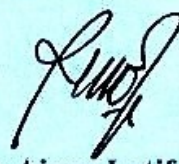
Penguji II / Penilai

()

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali

  
Elok Ainur Latif, M.M.  
NIDN. 0631109002

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK  
UMKM ROTI KANGEN *BAKERY* CILACAP**

Oleh :

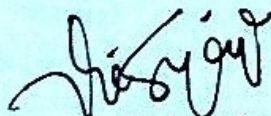
LASTRI

NIM 212325011

Disetujui Untuk

Ujian Skripsi Pada Tanggal :

Pembimbing I



Syafi'ah, M.M

NIDN. 0017108405

Pembimbing II



Hakim, M.M

NIDN.0631128903

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : LASTRI

NIM : 212325011

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali Cilacap

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang diakui sebagai tulisan atau pikiran saya, kecuali yang secara tulisan dicat dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh terkait dengan skripsi ini.

Cilacap, 09 Juni 2025



LASTRI

NIM. 212325011

## MOTTO

"Keluarga jadi semangat, skripsi jadi tamat."

"Di sela tanggung jawab keluarga, aku tetap lulus dengan bangga."

"Meski tugas ganda, skripsi tak tertunda."

"Menata rumah tangga dan ilmu, semua bisa diselesaikan satu per satu."

"Bersama keluarga, skripsi bukan beban, tapi perjalanan penuh makna."

"Skripsi selesai, keluarga tetap damai."

"Lulus bukan hanya impian pribadi, tapi hadiah untuk keluarga tercinta."

"Berkeluarga bukan halangan, tapi alasan untuk terus maju dan menang."

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.

Pada penelitian skripsi ini peneliti banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak baik secara moril maupun materil, maka pada kesempatan ini perkenankanlah peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

- 1 Allah SWT atas rahmat dan karunia yang telah diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini
- 2 Kedua orang tuaku Bapak Samsi Dan Ibu Munirah yang selalu memberikan kasih sayang, do’a, dukungan dan motivasi
- 3 Suamiku Ali Jubaedi yang selalu memberikan semangat dan dukungan serta do’a
- 4 Anak-anaku M. Rizqy Ramadhani dan Salwa Qurrota A’yun yang menjadi penyemangat hidupku
- 5 Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag. Selaku Rektor Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap
- 6 Ibu Mutia Pamikatsih, M.Esy. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap.

- 7 Ibu Elok Ainur Latif, M.M selaku Kaprodi Manajemen Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap
- 8 Ibu Syafi'ah, M.M dan Bapak Hakim, M.M selaku Dosen Pembimbing I&II yang telah membimbing dengan baik sehingga dapat terselesaikan skripsi ini
- 9 Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap
- 10 Seluruh keluargaku yang sudah memberikan do'a, semangat dan dukungan
- 11 Teman seperjuangan "Grup Jompo" latifatus Sa'adah dan Fajriatun Munawaroh yang selalu memberikan motivasi dan semangat
- 12 Serta pihak yang telah berjasa tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Semoga bantuan baik bersifat moral maupun material selama penelitian hingga terselesainya penulisan laporan ini dapat menjadi amal baik dan ibadah, serta dapat balasan dari Allah SWT.  
Aamiin...

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk UMKM Roti Kangen *Bakery* Cilacap”**.

Penyusunan Karya Ilmiah Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu tugas akhir semester 8 di Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap.

Dalam penulisan Karya Ilmiah Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan semua pihak, baik itu berupa dorongan nasehat, saran maupun kritik yang sangat membantu dalam penyelesaian laporan Karya Ilmiah Skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati serta penghargaan yang tulus, penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu Syafi'ah, M.M dan Bapak Hakim, M.M yang telah memberikan bimbingan dan arahnya dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan Skripsi ini.

Cilacap, 15 Juni 2025

## ABSTRAK

UMKM memiliki peranan penting dalam mendukung perekonomian lokal, termasuk di Kabupaten Cilacap. Salah satu tantangan utama yang dihadapi pelaku UMKM adalah meningkatkan daya saing dan menarik minat beli konsumen di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Roti Kangen Bakery sebagai salah satu UMKM kuliner di Cilacap perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya dari segi kualitas produk dan harga. Penelitian ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen, sehingga hasilnya dapat dijadikan dasar strategi pemasaran yang efektif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian adalah konsumen Roti Kangen Bakery di Cilacap, dengan jumlah sampel sebanyak 98 responden yang diambil menggunakan teknik purposive sampling. Data primer diperoleh melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan harga, sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS, yang mencakup uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Kualitas Produk berpengaruh

terhadap Keputusan Pembelian” diterima diperoleh t hitung (4.501), karena t hitung > t tabel (4.501 > 1.660. 2) Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian” diterima diperoleh t hitung (11.682), karena t hitung > t tabel (11.682>1.660).3) Kualitas Produk dan Harga memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk UMKM Roti Kangen Bakery diperoleh f tabel = 2.31 maka dapat disimpulkan f hitung > f tabel = (78.275 > 2.31) dan hasil regresi menunjukkan Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian pada UMKM Roti Kangen Bakery sebesar 61,4%, sedangkan sisanya 38,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Temuan ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen, Roti Kangen Bakery perlu memprioritaskan peningkatan kualitas produk tanpa mengabaikan aspek harga yang terjangkau dan kompetitif.

***Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian***

## **SUMMARY**

*SMEs play an important role in supporting the local economy, including in Cilacap Regency. One of the main challenges faced by MSMEs is increasing competitiveness and attracting consumer interest in the midst of increasingly competitive market competition. Roti Kangen Bakery as one of the culinary MSMEs in Cilacap needs to understand the factors that influence consumer purchasing decisions, especially in terms of product quality and price. This study was conducted to measure how much influence product quality and price have on consumer purchasing decisions, so that the results can be used as the basis for an effective marketing strategy.*

*This study uses a quantitative approach with a survey method. The population in the study were consumers of Roti Kangen Bakery in Cilacap, with a sample size of 98 respondents taken using a purposive sampling technique. Primary data was obtained through a closed questionnaire with a Likert scale. The independent variables in this study are product quality and price, while the dependent variable is the purchasing decision. Data analysis was carried out using multiple linear regression with the help of*

*SPSS software, which includes validity tests, reliability tests, classical assumption tests,  $t$  tests,  $F$  tests, and coefficients of determination ( $R^2$ ).*

*The results of this study indicate that: 1) Product Quality has an effect on Purchasing Decisions" accepted obtained  $t$  count (4.501), because  $t$  count  $>$   $t$  table (4.501  $>$  1.660. 2) Price has an effect on Purchasing Decisions" accepted obtained  $t$  count (11.682), because  $t$  count  $>$   $t$  table (11.682  $>$  1.660). 3) Product Quality and Price have a joint effect on purchasing decisions of UMKM Roti Kangen Bakery products obtained  $f$  table = 2.31 then it can be concluded  $f$  count  $>$   $f$  table = (78.275  $>$  2.31) and the regression results show that Product Quality ( $X_1$ ) and Price ( $X_2$ ) can influence Purchasing Decisions at UMKM Roti Kangen Bakery by 61.4%, while the remaining 38.6% is influenced by other factors. These findings indicate that to improve consumer purchasing decisions, Roti Kangen Bakery needs to prioritize improving product quality without ignoring aspects of affordable and competitive prices*

***Keywords: Product Quality, Price, Purchasing Decisions***

## DAFTAR ISI

|                                |      |
|--------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL.....             | i    |
| NOTA KONSULTAN.....            | ii   |
| HALAMAN PESETUJUAN.....        | iii  |
| NOTA PEMBIMBING.....           | v    |
| PERNYATAAN KEASLIAN.....       | vi   |
| MOTTO.....                     | vii  |
| HALAMAN PERSEMBAHAN.....       | viii |
| KATA PENGANTAR.....            | x    |
| ABSTRAK.....                   | xi   |
| <i>SUMMARY</i> .....           | xiii |
| DAFTAR ISI.....                | xv   |
| DAFTAR TABEL.....              | xix  |
| DAFTAR GAMBAR.....             | xx   |
| DAFTAR LAMPIRAN.....           | xxi  |
| BAB I PENDAHULUAN.....         | 1    |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1    |
| B. Rumusan Masalah.....        | 9    |
| C. Tujuan Penelitian.....      | 9    |

|                                                       |                                              |    |
|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------|----|
| D.                                                    | Ruang Lingkup Penelitian.....                | 10 |
| E.                                                    | Manfaat Penelitian.....                      | 10 |
| BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS..... |                                              | 12 |
| A.                                                    | Telaah Pustaka.....                          | 12 |
| 1.                                                    | Definisi Pemasaran.....                      | 12 |
| 2.                                                    | Manajemen Pemasaran.....                     | 14 |
| 3.                                                    | Bauran Pemasaran.....                        | 15 |
| 4.                                                    | Pengertian Produk.....                       | 17 |
| 5.                                                    | Klasifikasi Produk.....                      | 18 |
| 6.                                                    | Kualitas Produk.....                         | 20 |
| 7.                                                    | Harga.....                                   | 26 |
| 8.                                                    | Keputusan Pembelian Produk.....              | 32 |
| B.                                                    | PENELITIAN TERDAHULU.....                    | 46 |
| C.                                                    | PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....                  | 50 |
| D.                                                    | KERANGKA BERPIKIR.....                       | 52 |
| E.                                                    | HIPOTESIS.....                               | 53 |
| BAB III METODE PENELITIAN.....                        |                                              | 53 |
| A.                                                    | Desain Penelitian.....                       | 53 |
| 1.                                                    | Jenis Penelitian.....                        | 53 |
| 2.                                                    | Lokasi Penelitian dan waktu pelaksanaan..... | 54 |

|                                                      |           |
|------------------------------------------------------|-----------|
| 3. Populasi dan Sampel Penelitian.....               | 54        |
| 4. Teknik Sampling.....                              | 56        |
| B. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel..... | 60        |
| C. Teknik Analisis Data.....                         | 62        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>              | <b>72</b> |
| A. Profil UMKM Kangen Bakery.....                    | 72        |
| B. Visi dan Misi Roti Kangen Bakery.....             | 73        |
| C. Struktur UMKM Roti Kangen Bakery.....             | 73        |
| D. Karakteristik Responden.....                      | 74        |
| 1. Responden Menurut Jenis Kelamin.....              | 74        |
| 2. Responden Menurut Umur.....                       | 75        |
| 3. Responden Menurut Pendidikan.....                 | 76        |
| E. Analisis Data.....                                | 76        |
| 1. Hasil Uji Validitas.....                          | 76        |
| 2. Hasil Uji Reliabilitas.....                       | 78        |
| 3. Uji Asumsi Klasik.....                            | 80        |
| 4. Uji Regresi Linier Berganda.....                  | 83        |
| 5. Uji Hipotesis.....                                | 85        |
| 6. Koefisien Determinan.....                         | 87        |
| F. Pembahasan.....                                   | 89        |

|                                       |           |
|---------------------------------------|-----------|
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI</b> | <b>92</b> |
| <b>A. Kesimpulan</b>                  | <b>92</b> |
| <b>B. Implikasi</b>                   | <b>93</b> |
| <b>C. Keterbatasan Penelitian</b>     | <b>94</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>                 | <b>96</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                             |           |
|-------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Tabel 1.1 Omset Penjualan .....</b>                      | <b>7</b>  |
| <b>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....</b>                  | <b>46</b> |
| <b>Tabel 3.1 Timeline Penyusunan Skripsi.....</b>           | <b>56</b> |
| <b>Tabel 3.2 Jumlah Pembeli.....</b>                        | <b>59</b> |
| <b>Tabel 3.3 Skala Likert.....</b>                          | <b>62</b> |
| <b>Tabel 3.4 Indikator-Indikator dari Operasional .....</b> | <b>65</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                 |    |
|-------------------------------------------------|----|
| <b>Gambar 1.1</b> Grafik Jumlah Pelanggan ..... | 6  |
| <b>Gambar 2.1</b> Kerangka Berpikir.....        | 55 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                           |     |
|-------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....      | 103 |
| Lampiran 2 Hasil Uji SPSS Penelitian..... | 108 |