

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KAKU FOOD DI KOTA
MAKASSAR**

SKRIPSI



**SUCI RAMADANI
NIM. 105721118720**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2024**

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

JUDUL PENELITIAN:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KAKU FOOD DI KOTA
MAKASSAR**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Oleh:

SUCI RAMADANI

NIM.105721118720

***Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memenuhi Gelar
Sarjana Manajmen Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Makassar***

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2024**

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Angin tidak berembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan menguji kekuatan akarnya.”

Ali bin Abi Thalib

(Suci Ramadani)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, Ku persembahkan Skripsi ini kepada Bapak dan Ibu yang sangat ku sayangi yang telah memberi segalanya, telah membesarkan ku, mendidikku dengan penuh kesabaran dan keikhlasan serta selalu mendoakan ku untuk kebaikan dan keberhasilan ku agar menjadi orang yang mandiri, berakhlak dan berguna bagi orang lain. Terimakasih atas segala yang Bapak dan Ibu telah berikan kepadaku.



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kaku Food di Kota Makassar

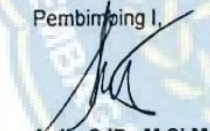
Nama Mahasiswa : Suci Ramadani
NIM : 105721118720
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan didepan panitia pengujiskripsi strata satu (S1) pada tanggal 25 Mei 2024, di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar.

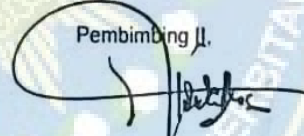
Makassar, 25 Mei 2024

Menyetujui,

Pembimbing I,


Aulfa S.I.P., M.Si.M
NIDN. 0923058802

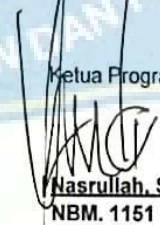
Pembimbing II,


Asdar S.E., M.Si
NIDN. 0903039102

Mengetahui,


Dr. Andi Jam'an, SE., M.Si
NBM. 651 507

Ketua Program Studi Manajemen,


Nasrullah, SE., M.M
NBM. 1151 132



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : Suci Ramadani, Nim :105721118720, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor 008/SK-Y/61201/091004/2024M, Tanggal 17 Dzulqaidah 1445 H/ 25 Mei 2024 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Manajemen** pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

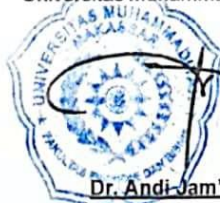
Makassar, 17 Dzulqaidah 1445 H
25 Mei 2024 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. Andi Jam'an, SE., M.Si
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suami, SE.,M. ACC
(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Drs. H. Sultan Sarda, M.M
2. Asri Jaya. S.E., M.M
3. Dr. Muhammad Yusuf, S.Sos., M.M
4. Aulia, S. IP., M.Si.M

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar



Dr. Andi Jam'an, SE., M.Si
NBIM. 651 507



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Suci Ramadani
Stambuk : 105721118720
Program Studi : Manajemen
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kaku Food di Kota Makassar

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 25 Mei 2024

Yang Membuat Pernyataan,



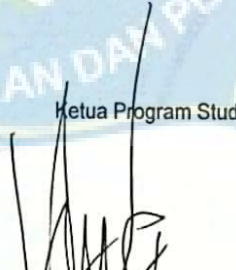
Suci Ramadani
NIM. 105721118720

Diketahui Oleh,

Dekan,


Dr. Andi Jam'an SE.,M.Si
NBM. 651 507

Ketua Program Studi Manajemen,


Nasrullah, SE.,M.M
NBM. 1151 132

**HALAMAN PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Suci Ramadani
NIM : 105721118720
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAKU FOOD DI KOTA MAKASSAR

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 25 Mei 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Suci Ramadani
NIM. 105721118720

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Syukur Alhamdulillah, berkat limpah dan rahmat, taufiq, inayah, dan hidayah Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sesuai dengan kemampuan penulis. Rasa syukur itu semakin bertambah dalam diri penulis ketika skripsi ini dimunaqasahkan. Shalawat dan salam penulis sampaikan kehadiran Nabi besar Muhammad SAW serta keluarga dan para sahabatnya. Skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAKU FOOD DI KOTA MAKASSAR”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Manajemen S1 Universitas Muhammadiyah Makassar.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada orang tua penulis bapak Saharuddin dan Ibu Gusneni yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian kasih sayang dan doa tulus dan saudara-saudara ku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan serta dukungan baik materi maupun moral dan doa yang telah diberikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak dan begitupula penghargaan

yang setinggi-tingginya dan terimakasih banyak yang disampaikan dengan hormat kepada

1. Bapak Prof Dr. H. Ambo Asse, M.Ag. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Dr. H. Jam'an, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Nasrullah, S.E.,M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Aulia, S.IP, M.Si.M selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi selesai dengan baik.
5. Bapak Asdar, S.E., M.Si. selaku Pembimbing II yang senantiasa memberikan ilmu dan saran yang sangat berguna serta sabar menghadapi penulis.
6. Bapak Asri Jaya, S.E., M.M selaku Penasihat Akademik.
7. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Program Studi Manajemen Angkatan 2020 yang telah meluangkan waktu nya untuk sudi kiranya mengisi kuisisioner yang telah penulis sebarakan
9. Terimakasih untuk sahabat-sahabatku Nisa, Fina, Baiska, Ira, Nari dan teman temanku yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dengan sukarela kepada penulis selama proses menjalani bimbingan, dukungan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
10. Suci Ramadani, kepada diri saya sendiri. Terimakasih karena telah berhasil melalui proses yang panjang dalam perkuliahan. sudah sabar, tetap bertahan,

dan selalu sehat dalam setiap proses. Semoga kelak diri ini lebih kuat dan sabar untuk tahap kehidupan selanjutnya.

11. Terimakasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengaharap saran dan masukan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis sampaikan terima kasih kepada semua pihak, semoga bantuan yang diberikan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. semoga skripsi ini berguna bagi agama, bangsa dan negara, khususnya bagi penulis sendiri.

Makassar, 20 Februari 2024

Suci Ramadani

ABSTRAK

Suci Ramadani. 2024. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kaku Food Kota Makassar. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Aulia dan Asdar

Tujuan penelitian ini merupakan jenis penelitian bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kaku Food Kota Makassar. Sampel diambil dari mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Makassar. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan dan berhubungan dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan mencakup data primer dan data sekunder. Instrument penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode skala Likert. Berdasarkan hasil penelitian data dengan Social Science (SPSS) versi 25 mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Kaku Food Kota Makassar yang telah dibahas dari bab sebelumnya. Hal itu dibuktikan dari nilai variabel kualitas produk (X1) dimana nilai t_{hitung} 4,085 > t_{tabel} 1,996 dan dari variabel harga (X2) dimana nilai t_{hitung} 7.462 > t_{tabel} 1,996 maka penulis menarik kesimpulan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang. Kualitas produk yang ada harus lebih ditingkatkan dan juga harga yang diberikan sesuai dengan kualitas yang didapat oleh konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTARCT

Suci Ramadani. 2024. *The Influence of Product Quality and Price on Purchasing Decisions at Kaku Food, Makassar City*. Thesis. Department of Management Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Guided by Aulia and Asdar

The purpose of this research is a type of quantitative research with the aim of knowing the effect of product quality and price on purchasing decision at the Kaku Food Makassar City. The type of data used in this study is quantitative data obtained from distributed questionnaires and is related to the problem under study. Data collection was carried out by observing and distributing primary data and secondary data. The research instrument used in this study uses the Likert scale method. Based on the result data research using statistical calculations through the Statistical Packagr for the Social Science (SPSS) application version 25. Regarding the influence of product quality and price on purchasing decisions at Kaku Food, Makassar City which was discussed in the previous chapter, the author draws the conclusion that product quality and price have a positive and significant effect on purchasing decisions This is proven from the value of the product quality variable (X1) where the t_{count} value is $4.085 > t_{(table)} 1.996$ and from the price variable (X2) where the t_{count} value is $7.462 > t_{(table)} 1.996$. The quality of existing products must be further improved and the prices given are in accordance with the quality obtained by consumers.

Keywords: Product Quality, Price, Purchasing Decisions



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTARK.....	ix
ABSTARCT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	5
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Tinjauan Teori	8
1. Manajemen Pemasaran	8
2. Bauran Pemasaran	8
3. Perilaku Konsumen	10
4. Kualitas Produk	14

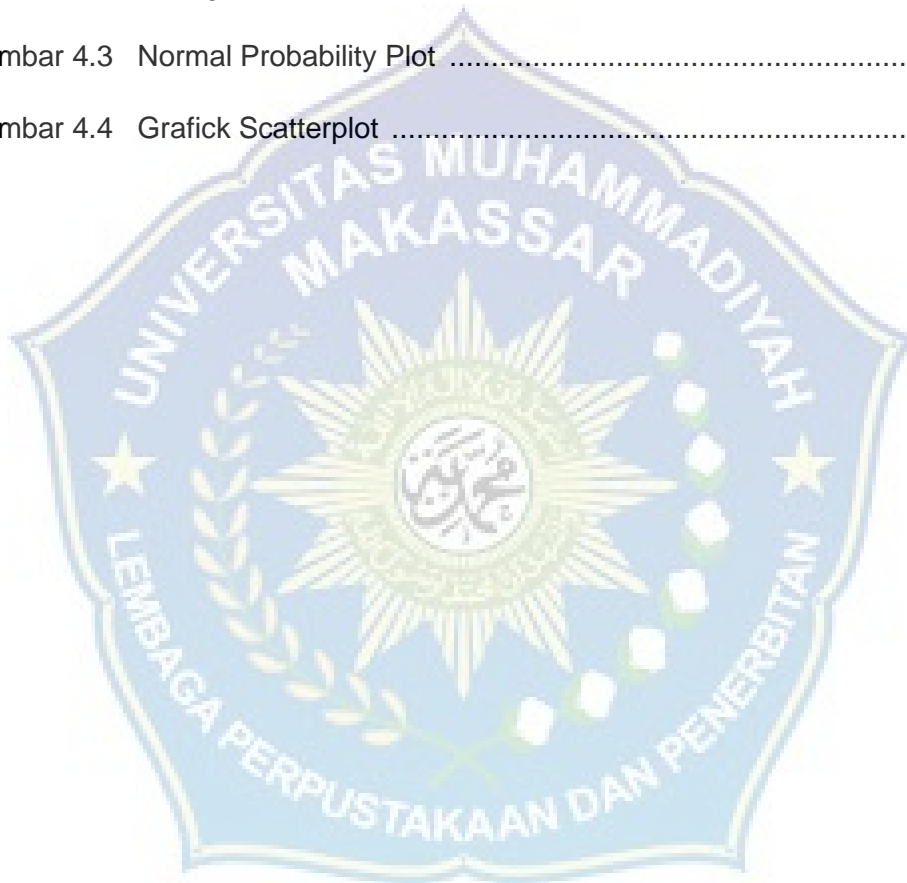
5. Harga.....	16
6. Keputusan Pembelian	19
B. Tinjauan Empiris	23
C. Kerangka Perpikir	26
D. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis Penelitian	29
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	29
C. Jenis dan Sumber Data	29
D. Populasi dan Sampel	30
E. Teknik Pengumpulan Data	32
F. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	33
G. Metode Analisis Data	35
H. Uji Hipotesis	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	40
B. Hasil Penelitian	43
C. Pembahasan	60
BAB V PENUTUP	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Skor Pilihan Jawaban	35
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur	44
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	45
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk	46
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Harga	47
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	54
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	56
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi (R^2)	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (Uji t)	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (Uji f)	60

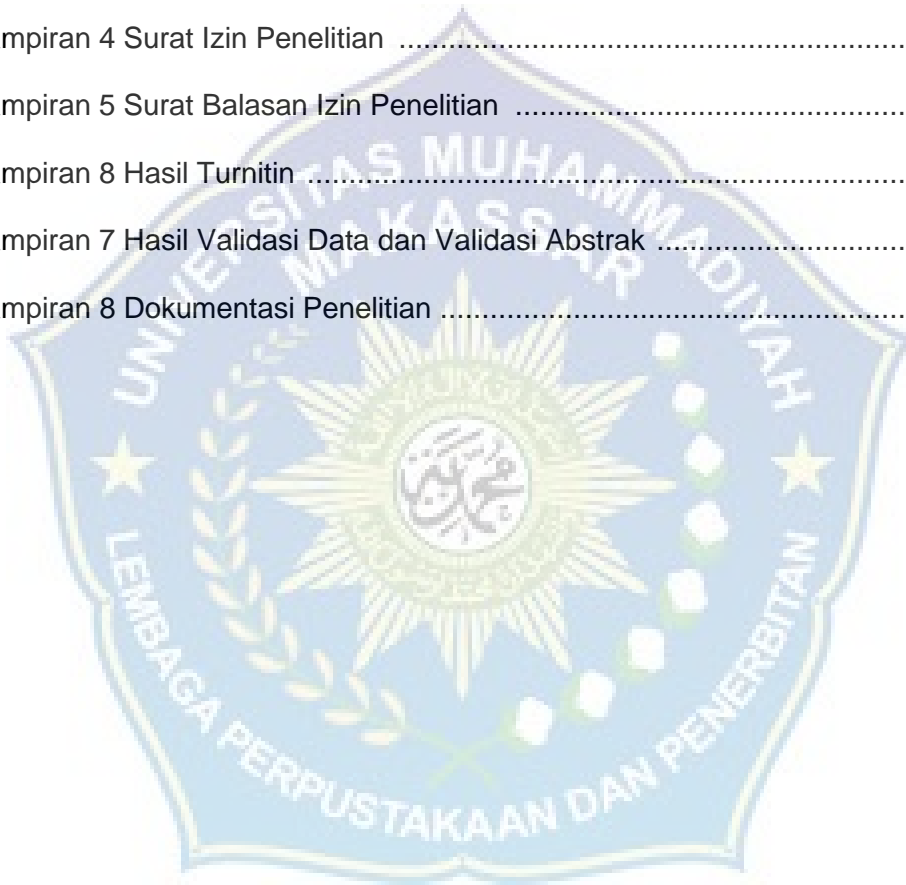
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Pertumbuhan Industri Restoran Tahun 2011-2023	2
Gambar 2. 1	Kerangka Berpikir	27
Gambar 4.1	Struktur Perusahaan Kaku Food	41
Gambar 4.2	Histogram	52
Gambar 4.3	Normal Probability Plot	53
Gambar 4.4	Grafick Scatterplot	55



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	69
Lampiran 2 Tabulasi Data Hasil Penelitian	73
Lampiran 3 Hasil Olah Data SPSS 25	74
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian	83
Lampiran 5 Surat Balasan Izin Penelitian	85
Lampiran 8 Hasil Turnitin	87
Lampiran 7 Hasil Validasi Data dan Validasi Abstrak	96
Lampiran 8 Dokumentasi Penelitian	98



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

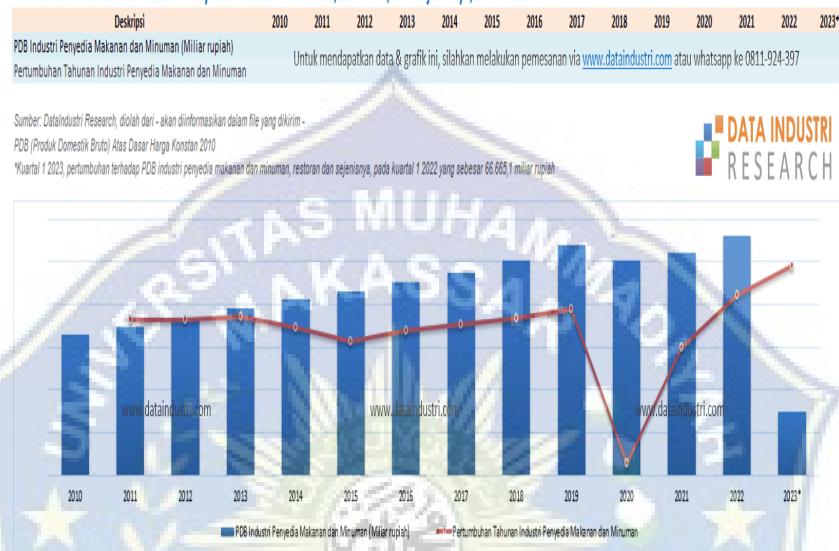
Saat ini, perkembangan industri kuliner di Indonesia terbilang sangat pesat dan kuliner sudah menjadi gaya hidup dari masyarakat dan mempunyai potensi yang sangat kuat. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya bisnis kuliner saat ini yang berkembang dengan kreatifitas dan inovasi yang tinggi guna untuk memperoleh konsumen. Tingginya persaingan antar dunia usaha kuliner, pelaku usaha di tuntut untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Konsumen yang puas akan menciptakan pembelian ulang dan memberikan dampak positif pada usaha tersebut karena sejatinya para pelaku usaha tentu ingin usaha yang dimilikinya diterima dengan baik di masyarakat.

Seiring dengan peningkatan pengetahuan konsumen mengenai dunia kuliner, turut mempengaruhi terhadap perubahan pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat pada variasi selera makan yang instan, ramah kantong dan berkualitas. Dalam menghadapi perubahan gaya hidup guna memenuhi kebutuhan dasar manusia tersebut maka penting bagi para pelaku usaha kuliner untuk mengetahui kebutuhan ataupun keinginan pangsa pasar.

Di Indonesia telah banyak berkembang kuliner-kuliner yang di cintai dan diterima masyarakat dengan baik. Berbagai inovasi dan kreativitas tak henti-hentinya berkembang dan akan terus bermunculan dengan kebaruannya. Hal ini disebabkan oleh masyarakat Indonesia hobi

kuliner, ingin terus mencari pengalaman baru dan unik. Selain itu, masyarakat Indonesia juga sangat antusias dalam mengikuti tren terbaru makanan dan minuman sehingga mendorong bermunculannya restoran fast food atau cepat saji.

Tren Data Pertumbuhan Industri Penyedia Makanan Minuman, Restoran, dan Sejenisnya, 2011–2023



Sumber: Dataindustri.com

Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Industri Restoran Tahun 2011-2023

Makassar adalah salah satu kota di Sulawesi Selatan yang terbilang sangat adaptif dalam mengikuti perkembangan zaman. Dilihat dari segi potensi pengembangan sumber daya manusia, Makassar memiliki potensi yang cukup besar dalam pengembangannya potensi sumber daya manusia. Setiap tahun kota makassar menunjukkan perkembangan ekonomi yang cukup progresif, hampir setiap tahun bermunculan pengusaha-pengusaha baru di bidang industri kuliner. Di Kota Makassar ada beberapa perusahaan yang bergerak di bidang makanan ringan salah satunya Kaku Food.

Kaku Food adalah gerai makanan di kota Makassar yang menjual makanan ringan dengan berbagai macam jenis seperti pangsit goreng, cireng crispy, tahu bakso, piscok leleh, pentol pedas, pangsit basah sambal kacang, bakso goreng, tahu rebus sambal kacang dan cireng frozen.

Kaku Food sejauh ini telah memiliki 13 cabang yang tersebar di Kota Makassar yaitu berada di Samata Andi Tonro, Borong, Panakukang, Perintis, DgTata, BTP, GoaRia, Sudiang, Manggala, Pongtiku, Tamalate dan Cendrawasih. Kaku Food sendiri memiliki ciri khasnya yang berbeda dengan Bagoster dan Krusit, Kaku Food juga menyediakan cireng dan pangsit basah. Dalam perjalanannya Kaku Food mampu mengaruhi pusaran persaingan bisnis.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti pada sosial media di akun Instagram Kaku Food itu sendiri, dimana konsumen yang telah mencoba produk dari Kaku Food, berpendapat bahwa ada beberapa menu yang diberikan tidak sesuai dengan porsi disetiap cabang Kaku Food yang menimbulkan rasa tidak puas karena porsi yang diberikan tidak sesuai dengan harga.

Suatu perusahaan dapat dikatakan berhasil jika konsumen telah menentukan keputusan pembeliannya terhadap perusahaan tersebut. Konsumen sebagai individu dalam memperoleh atau membeli suatu barang terlebih dahulu harus melalui suatu proses seperti memperoleh informasi melalui iklan atau referensi dari orang lain kemudian konsumen membandingkan produk tersebut dengan produk lain dan sampai pada keputusan pembelian. Perilaku konsumen itu ialah fenomena yang penting

bagi kegiatan pemasaran perusahaan, yaitu perilaku konsumen dalam melakukan pembelian.

Kotler dan Amstrong (2017) berpendapat bahwa keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen. 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 (Haque, 2020). Suatu keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya kualitas produk dan harga.

Menurut Kotler dan Keller (2019) dalam (Fiana & Hartati, 2022) kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas produk merupakan salah satu bahan pertimbangan yang penting sehingga perusahaan dapat menerapkan kualitas produk yang baik. Adanya kualitas produk yang baik maka nilai produk juga meningkat. Baik atau buruknya kualitas produk di kembalikan kepada konsumen yang merasakan manfaatnya.

Aspek berikutnya yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Menurut (Fatwa et al., 2023) harga adalah nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain untuk memberikan manfaat suatu barang atau jasa kepada seseorang atau kelompok pada waktu dan tempat tertentu sehingga harga merupakan hal penting bagi

Dalam penetapan harga, perusahaan rumah makan harus mempertimbangkan daerah sekitar dan berkembang dari waktu ke waktu

karena semakin tinggi harga maka semakin rendah niat orang untuk membeli suatu produk (Doni Marlius & Kesy Noveliza, 2022). Sehingga dapat kita katakan bahwa harga merupakan strategi yang penting dalam perusahaan rumah makan sebab kini konsumen semakin jeli dan teliti dalam mengambil sikap keputusan pembelian yang dapat mempengaruhi untuk menunda, mengubah atau bahkan menghindari produk pembelian tersebut.

Disamping itu, terdapat perbedaan hasil penelitian (*Gap research*) yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya dengan menggunakan variabel yang sama yaitu kualitas produk, harga dan keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Haque (2020) dan Pagastuti et al., (2019) menunjukkan hasil bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, namun hal tersebut tidak sejalan dengan hasil penelitian dari Fadhila et al., (2022), Marlius dan Noveliza (2022) dan Viana dan Hartati (2023), dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Adanya gap tersebut membuat penulis ingin meneliti dan mengetahui sejauh mana variabel kualitas produk dan harga mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kaku Food Kota Makassar”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Kaku Food Kota Makassar?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Kaku Food Kota Makassar?
3. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di Kaku Food Kota Makassar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian dilakukan untuk mencapai tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Kaku Food Kota Makassar.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Kaku Food Kota Makassar.
3. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Kaku Food Kota Makassar.

D. Manfaat Penelitian

Suatu penelitian yang dilakukan tentunya diharapkan dapat memberikan manfaat dari berbagai aspek. Adapun manfaat dalam penelitian yaitu berikut:

1. Bagi Peneliti

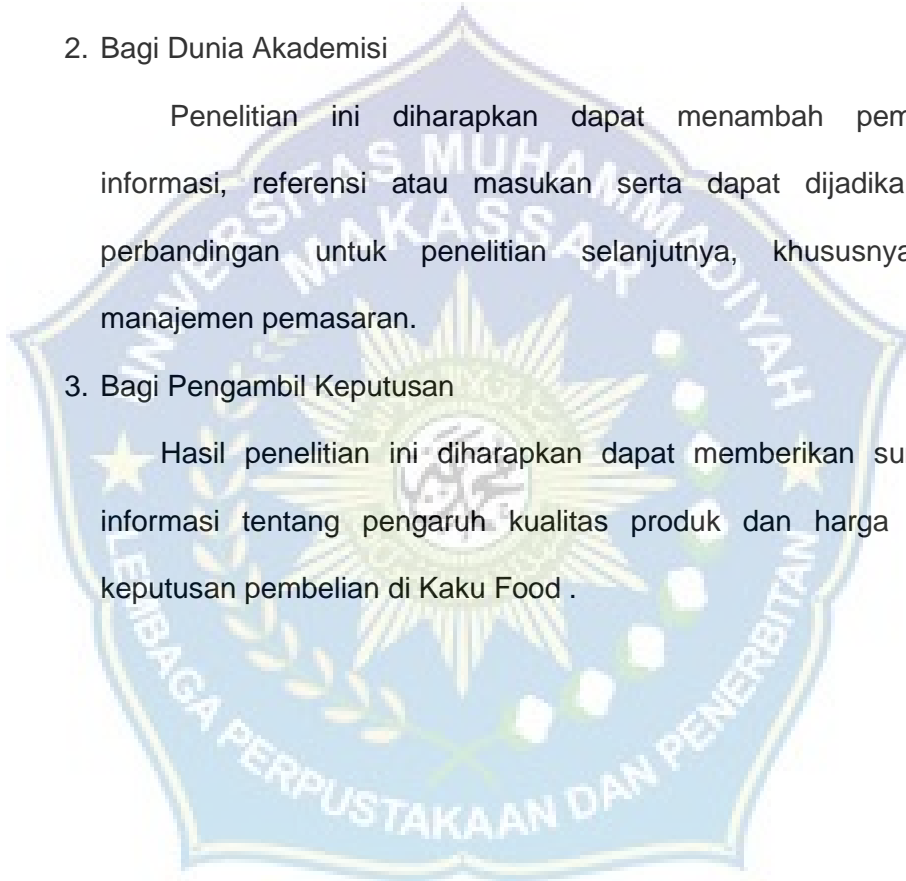
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman peneliti terhadap masalah yang akan diteliti yaitu mengenai bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Kaku Food Kota Makassar. Manfaat lainnya adalah sebagai sarana aplikasi terhadap ilmu yang didapat semasa kuliah.

2. Bagi Dunia Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman, informasi, referensi atau masukan serta dapat dijadikan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya, khususnya dalam manajemen pemasaran.

3. Bagi Pengambil Keputusan

★ Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Kaku Food .



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Manajemen Pemasaran

Menurut Buchari (2007:130) “Manajemen pemasaran adalah proses untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu atau oleh perusahaan”.

Menurut Kotler dan Keller (2009:5):“Manajemen pemasaran adalah sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul”.

Dari defenisi diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran guna meningkatkan efisiensi dan efektifitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan individu atau perusahaan.

2. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran adalah kegiatan pemasaran dan saling menunjang satu sama lain. Keberhasilan perusahaan di bidangpemasaran di dukung oleh keberhasilan dalam memiliki produk yang tepat, harga yang layak, saluran distribusi yang baik, dan promosi yang efektif. Di dalam pemasaran ada 4 (empat) kebijakan pemasaran yang sering sisebut dengan istilah 4P atau bauran pemasaran (marketing mix)adalah produk (product), Harga (price), saluran

distribusi (place), dan promosi (promotion). Untuk mencapai tujuan pemasaran keempat unsur tersebut harus saling mendukung dan saling berhubungan satu sama lain, sehingga keberhasilan dibidang pemasaran diharapkan dapat diikuti oleh kepuasan konsumen. Berikut beberapa definisi bauran pemasaran yang dikemukakan oleh para ahli sebagai berikut :

Menurut Philip Kotler (2006:5) menyatakan bahwa : “Bauran pemasaran adalah seperangkat variabel pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran.”

Menurut Buchari (2007:205) “Bauran pemasaran atau Marketing Mix merupakan strategi mencampur kegiatan-kegiatan marketing, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang memuaskan.”

Menurut Saladin (2007:3) “Bauran pemasaran adalah serangkaian dari variabel pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan dapat digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran.”

Menurut Kotler dan Keller (2009:52) bauran pemasaran dapat di klasifikasikan menjadi 4P (product, price, place, promotion). Adapun pengertian dari masing-masing bauran pemasaran diatas adalah:

a. Produk (product)

Produk merupakan kombinasi penawaran barang dan jasa perusahaan kepada pasar, yang mencakup antara lain: kualitas, rancangan, bentuk, merek dan kemasan produk.

b. Harga (price)

Harga adalah sejumlah uang yang dibayar untuk produk atau jasa tertentu.

c. Saluran distribusi (place)

Aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk agar dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran.

d. Promosi (promotion)

Aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.

3. Perilaku Konsumen

Kotler dan Amstrong berpendapat bahwa perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, memberi, menggunakan serta bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Menitulo et al., 2021)

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang terlibat dalam mencari, memilih, membeli, menggunakan dan mengevaluasi produk dan jasa yang memuaskan kebutuhan dan keinginannya (Repi et al., 2021)

Perilaku konsumen bagi Hasan dalam Fahmi et al., (2023) adalah studi proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau mengatur produk, jasa, idea atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dari beberapa pengertian tersebut perilaku konsumen dapat dipahami bahwa hal-hal yang mendasari konsumen dalam membuat keputusan mulai dari memilih hingga tahap penggunaan produk.

Produk yang berharga jual rendah (*low-involvement*) dalam proses pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan mudah, sedangkan barang yang produk jual tinggi (*high-involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan pertimbangan yang matang (Repi et al., 2021)

Konsumen tentu mengambil banyak macam keputusan membeli hampir setiap hari. Maka dari itu perusahaan-perusahaan membutuhkan informasi yang akurat mengenai calon konsumennya terkait apa yang dibutuhkan konsumen, dimana mereka membeli, bagaimana dan berapa banyak mereka membeli serta mengapa mereka membeli.

Perusahaan yang cerdas dapat mempelajari atau melakukan riset terhadap konsumen untuk jawaban atas pertanyaan mengenai apa yang mereka beli, dimana dan berapa banyak hingga keputusan pembelian itu dilakukan oleh konsumen. Mempelajari perilaku konsumen berguna bagi pemasar karena berkontribusi terhadap keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya kepada konsumen.

Lebih lanjut, perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Kotler dalam buku Sudaryono (2016) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah kebudayaan, social, pribadi,

psikologis. Berikut penjelasan dari faktor-faktor tersebut antara lain sebagai berikut:

a. Faktor Kebudayaan

1. Budaya, kumpulan nilai dasar, persepsi, keinginan dan tingkah laku yang dipelajari oleh anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya,
2. Sub budaya, adalah sekelompok orang dengan system nilai terpisah berdasarkan pengalaman dan situasi kehidupan umum.
3. Kelas sosial, adalah bagian masyarakat yang cenderung tetap dan teratur dengan anggotanya menganut nilai, minat dan tingkah laku yang sama.

b. Faktor Sosial

1. Kelompok, adalah dua orang atau lebih yang berinteraksi dengan tujuan mencapai sasaran individu atau bersama.
2. Keluarga, merupakan organisasi pembelian konsumen yang penting dalam masyarakat dan telah menjadi subjek penelitian yang luas. Pemasar tertarik pada peran dan pengaruh pasangan dan anak dalam pembelian berbagai produk dan jasa.
3. Peran dan status, terdiri atas kegiatan yang diharapkan dilakukan oleh seseorang menurut orang-orang yang berada disekitarnya.

c. Faktor Pribadi

1. Umur dan tahap daur hidup, dimana orang akan mengubah barang juga jasa yang dibeli selama masa hidupnya.

2. Pekerjaan, pekerjaan yang dimiliki seseorang bisa mempengaruhi barang dan jasa yang di mereka beli maka dari itu pemasar berusaha dalam mengenali kelompok yang memiliki minat di atas rata-rata akan produk dan jasa yang mereka sediakan.
 3. Situasi ekonomi, pemasar produk yang peka pada pendapatan tentu mengamati kecenderungan dalam pendapatan pribadi, tabungan dan tingkat minat.
 4. Gaya hidup, pola kehidupan seseorang yang dilakukan dalam aktivitas seperti pekerjaan, hobi, berbelanja olahraga dan kegiatan social. Kemudian dari segi minat seperti makanan, keluarga dan rekreasi.
 5. Kepribadian dan konsep diri, dimana kepribadian setiap individu tentu mempengaruhi tingkah laku dalam melakukan pembelian yang mengacu pada karakteristik psikologi unik yang menyebabkan respons relative konsisten serta bertahan lama terhadap lingkungannya pribadi
- d. Faktor Psikologis
1. Motivasi, yaitu kebutuhan yang cukup dalam mengarahkan individu mencari agar kebutuhannya terpenuhi dan menimbulkan rasa puas.
 2. Persepsi, adalah proses yang diakui orang dalam memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan informasi agar membentuk gambaran dunia yang berarti

3. Perhatian selektif, yaitu kecenderungan manusia menyaring sebagian besar informasi yang dihadapi
4. Distorsi selektif, menguraikan kecenderungan orang dalam menginterpretasikan informasi dengan cara mendukung terhadap apa yang diyakini oleh mereka
5. Ingatan selektif, mereka cenderung mempertahankan dan mengingat informasi yang mendukung sikap, dan keyakinan karena adanya ingatan selektif
6. Pengetahuan yaitu pembelajaran yang menggambarkan perubahan tingkah laku seseorang yang ada dari pengalaman.
7. Keyakinan dan sikap, adalah pemikiran deskriptif yang didasarkan pengetahuan yang sebenarnya. Adapun sikap yaitu menguraikan evaluasi, perasaan dan kecenderungan seseorang pada objek atau ide yang konsisten.

4. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah salah satu penentu proses keputusan pembelian konsumen, apabila kualitas produk sesuai harapan, konsumen cenderung melakukan pembelian ulang. Produk penting bagi perusahaan karena tanpa produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apa pun dengan operasinya. Pembeli akan membeli suatu produk jika dirasa cocok. Oleh karena itu, produk harus disesuaikan dengan keinginan atau kebutuhan pembeli agar pemasarannya berhasil. Dengan kata lain produksi produk lebih berorientasi pada keinginan pasar atau selera konsumen. Suatu produk dapat dijelaskan baik mutunya apabila dapat memberikan rasa bahagia bagi konsumen

melalui suatu keunggulan produk (Kumrotin & Susanti, 2021). Berikut ini beberapa definisi kualitas produk yaitu sebagai berikut:

Menurut Kotler dan Armstrong (2016) dalam berpendapat terkait definisi kualitas produk yaitu “sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan” (Efdison et al., 2023)

Definisi kualitas produk juga diungkapkan oleh Purwati et al., (2019) bahwa kualitas produk adalah kombinasi fitur dan karakteristik yang menentukan sejauh mana suatu produk dapat memuaskan kebutuhan pelanggan sebelumnya atau mengevaluasi sejauh mana fitur dan karakteristik tersebut memenuhi kebutuhan pelanggan. Lebih lanjut, menurut Ruhmahdi (2017) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya seperti daya tahan, keandalan, keakuratan dan atribut berharga lainnya (Doni Marlius & Kesy Noveliza, 2022)

Definisi ini sejalan dengan definisi yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan (Doni Marlius & Kesy Noveliza, 2022)

Berdasarkan beberapa definisi diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk adalah keseluruhan ciri, karakteristik dan spesifikasi yang dimiliki suatu barang atau jasa yang

bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Fiani dan Japarianto (2012) dalam jurnal (Marpaung et al., 2021) merangkum beberapa indikator yang mempengaruhi kualitas produk, yaitu sebagai berikut

- a. Warna, erpaduan warna bermanfaat untuk menambah nafsu makan konsumen
- b. Penampilan, dimana makanan harus cantik dan terlihat rapi yang merupakan faktor penting dalam menarik konsumen. Kesegaran dan kebersihan makanan yang disajikan merupakan salah satu contoh yang akan mempengaruhi penampilan makanan tersebut, enak atau tidaknya.
- c. Porsi, Dalam setiap penyajiannya sudah ditentukan standar porsi yang disebut ukuran porsi standar.
- d. Aroma, merupakan reaksi terhadap makanan yang mempengaruhi konsumen. Sebelum menikmati makanan, konsumen akan mencium bau makanan tersebut
- e. Rasa, yaitu kesesuaian rasa dengan makanan atau minuman yang disajikan harus tepat.

5. Harga

Harga merupakan nilai yang diberikan untuk suatu barang atau jasa sebelum dipasarkan. Dalam penetapan harga sebaiknya mempertimbangkan kondisi sekitar dan berkembang dari waktu ke waktu sehingga dengan harga yang tepat dapat dijangkau oleh semua kalangan dan berdampak pada pendapatan perusahaan.

Menurut Kotler dan Armstrong harga adalah nilai yang untuk suatu produk maupun jasa atau nilai yang ditukarkan konsumen atas manfaat yang diperolehnya ketika memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Sholikhah, 2023)

Husain Umar berpendapat dalam jurnal Sihotang (2020) bahwa harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk memperoleh manfaat apabila memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa yang nilainya ditentukan oleh pembeli dan penjual melalui negosiasi. Juga menurut Romdhoni & Cahyani (2019) mendefinisikan harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan guna mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

Dari beberapa pengertian di atas dapat dipahami bahwa harga adalah jumlah uang yang dikorbankan dan yang ditukarkan pelanggan untuk suatu produk yang diinginkan dengan harapan memperoleh manfaat terkait kepemilikan atau penggunaan produk tersebut. Oleh karena itu, harga produk menjadi faktor penentu dalam pembelian barang oleh konsumen.

Suatu perusahaan hendaklah melakukan penetapan harga sebelum memasarkan produk atau jasa yang dimilikinya. Dalam penetapan harga sebaiknya sesuai dengan nilai yang diberikan yang dapat dipahami oleh konsumen. Jika harga tinggi, maka permintaan suatu produk rendah begitu sebaliknya jika harga yang ditetapkan rendah maka permintaan suatu barang akan mengalami kenaikan dengan begitu perlu adanya kebijakan dalam perusahaan terutama pada manager produksi agar dalam menetapkan harga sesuai dengan

pangsa pasar dan sesuai dengan nilai, manfaatnya dan kualitas produk (Pangastuti et al., 2019).

Menurut Kotler (2009) dalam (Juniarti, 2019) terdapat tujuan dari penetapan harga yaitu:

- a. Kelangsungan hidup (*survival*), penetapan harga ditujukan guna mencapai tingkat keuntungan yang diharapkan dalam menjamin kelangsungan hidup perusahaan.
- b. Memaksimalkan keuntungan (*profit maximization*), penentuan harga untuk memastikan keuntungan maksimal dalam jangka waktu tertentu. Jangka waktu yang ditentukan akan bergantung pada siklus hidup produk yang bersangkutan.
- c. Memaksimalkan pangsa pasar (*maximum market share*), penetapan harga untuk meningkatkan pangsa pasar. Perusahaan percaya bahwa peningkatan volume penjualan akan menuju pada biaya per unit yang lebih rendah dan meningkatkan keuntungan dalam jangka panjang.
- d. Kepemimpinan kualitas produk (*leader ship of product quality*), dalam penetapan harga ditujukan untuk mencapai kepemimpinan dalam kualitas produk. Beberapa merek berusaha menunjukkan bahwa produknya merupakan produk mewah dengan harga terjangkau, ditandai dengan tingkat kesadaran yang tinggi namun tetap dalam jangkauan konsumen
- e. Memaksimalkan harga pasar tinggi (*maximum market skimming*), perusahaan berupaya memperkenalkan teknologi baru untuk dapat menetapkan harga tinggi dalam memaksimalkan market skimming.

Konsumen tentu mempertimbangkan beberapa hal dalam melihat suatu harga produk. Maka perlu adanya indikator sebelum proses pembelian dilakukan. Adapun indikator harga menurut Kotler dan Armstrong (2012) dalam penelitian (Fiana & Hartati, 2022) ada 4 indikator yang mencirikan harga, yaitu:

- a. Keterjangkauan harga, merupakan aspek penentuan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual berdasarkan daya beli konsumen.
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu aspek penentuan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual berdasarkan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen. Dalam hal ini konsumen mempersepsikan bahwa harga yang tinggi mencerminkan kualitas yang tinggi.
- c. Daya saing harga, dimana harga yang ditawarkan oleh suatu produsen atau penjual yang berbeda dan bersaing dibandingkan dengan harga yang ditawarkan produsen lain untuk produk yang sama. Konsumen membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia sehingga mereka dapat memutuskan untuk mengalokasikan modal pada produk yang diinginkan
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen yang sesuai dengan manfaat yang dapat konsumen terima dari produk yang dibeli

6. Keputusan Pembelian

Keputusan konsumen saat membeli produk merupakan suatu tindakan yang biasa dilakukan oleh setiap individu konsumen ketika

mengambil keputusan pembelian. Keputusan membeli atau tidak membeli merupakan bagian dari unsur yang melekat pada diri konsumen individu yang disebut perilaku, yang mengacu pada tindakan fisik aktual yang dapat dilihat dan diukur oleh orang lain. Berikut beberapa definisi keputusan pembelian menurut beberapa ahli:

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) dalam (Wijaya & Warnadi, 2019) bahwa keputusan pembelian menggambarkan suatu tahapan di mana konsumen telah memilih atas suatu produk dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran dan janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu produk.

Fandy Tjiptono (2012) dalam penelitian (Cesariana et al., 2022) berpendapat bahwa keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen memahami masalah menemukan informasi atau merek produk tertentu, dan kemudian mengevaluasi seberapa baik setiap alternatif memecahkan masalah, sehingga membuat keputusan pembelian.

Definisi lain dari keputusan pembelian adalah cara aktivitas manusia untuk memecahkan masalah membeli barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya (Swastha, 2015:34) dalam (Batee, 2019). Selanjutnya, keputusan pembelian didefinisikan oleh oleh Machfoedz (2010) dalam (Karen dan Sulistiono 2019:320) adalah sebagai suatu proses menilai dan memilih dari berbagai alternatif (produk) yang tersedia sesuai dengan kepentingan konsumen, untuk menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.

Dari beberapa pemaparan diatas mengenai keputusan pembelian, peneliti memahami bahwa keputusan pembelian merupakan hasil akhir dalam proses pembelian. Dimana dalam proses tersebut terjadi kegiatan mengevaluasi yaitu menilai dan memilih produk atau jasa yang telah dicari informasinya kemudian menetapkan suatu pilihan atas kebutuhan yang ingin dipenuhi dan yang dianggap paling menguntungkan.

Sebelum terjadinya keputusan pembelian terdapat poses-proses yang dilalui konsumen dalam menetapkan pilihannya. Menurut Abdullah dan Tantri (2012) dalam buku Sudaryono (2016) tahapan proses keputusan pembelian adalah sebagai berikut

- a. Pengenalan kebutuhan. Ketika pembeli mengenal suatu masalah atau kebutuhan, maka disitulah proses pembelian dimulai.
- b. Pencarian informasi. Dalam hal ini stimulus merupakan hal yang menggerakkan seorang konsumen yang berusaha dalam mencari lebih banyak informasi. Sumber-sumber informasi terdiri dari empat kelompok: (1) Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga dan kenalan. (2) Sumber komersial: iklan, tenaga penjual, pedagang perantara dan pengemasan (3) Sumber pengalaman: penanganan, pemeriksaan dan penggunaan produk. (4) Sumber publik: media massa, organisasi dan rating konsumen (Kotler dan Amstrong, 2001).
- c. Evaluasi alternatif. Pembeli berupaya mengurangi perasaan tidak pasti dimana mereka akan membaca berbagai iklan.

- d. Keputusan pembelian. Sebagai calon pembeli tentu perlu mengambil keputusan pembelian yang dapat berupa tidak memilih salah satu alternatif yang tersedia.
- e. Konsumsi pascapembelian dan evaluasi. Sikap puas atau tidak puasnya konsumen akan timbul setelah produk yang dibeli dikonsumsi yang akan memengaruhi pembelian ulang.

Menurut Agustina et al.,(2018) dalam (Fadhil & Prastyono, 2022) indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

- a. Kemantapan Pembelian

Kemantapan pembelian hadir dari keyakinan konsumen pada produk yang dijual sehingga memutuskan untuk membeli produk tersebut.

- b. Kebiasaan dalam membeli produk

Kebiasaan dalam membeli produk mencakup kapan waktu pembeliannya, dimana pembelian itu akan dilakukan dan berapa jumlahnya. Kebiasaan ini bisa muncul karena adanya kebutuhan konsumen terhadap barang yang dibeli.

- c. Melakukan pembelian ulang

Pembelian ulang merupakan suatu proses dimana konsumen akan membeli produk serupa karena sebelumnya merasa puas. Jika pelanggan puas dengan kualitas produk, peluang pembelian kembali akan lebih tinggi.

B. Tinjauan Empiris

Penggalan penelitian terdahulu dilakukan sebagai bagian dari upaya tersebut memperjelas variabel penelitian ini, juga membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Adapun beberapa penelitian-penelitian yang serupa yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul	Variabel	Alat Analisis	Hasil
1	Amalia, N. (2019).	Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Mie Endess di Bangkalan).	Variabel bebas yaitu: Citra Merek (X1), Harga (X2) dan Kualitas Produk (X3) Variabel terikat: Keputusan Pembelian (Y)	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mie endess berpengaruh signifikan pada konsumen Mie Endess di Bangkalan.
2.	Nurjamad, M. A., & Arumsari, H. (2023)	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Gacoan Bandung (Studi Kasus Konsumen Mie Gacoan Cabang Paskal)	Variabel bebas yaitu: Kualitas Produk (X1) Harga (X2) Variabel terikat yaitu : Keputusan Pembelian (Y)	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mie Gacoan Bandung Studi Kasus Konsumen Mie Gacoan Cabang Paskal

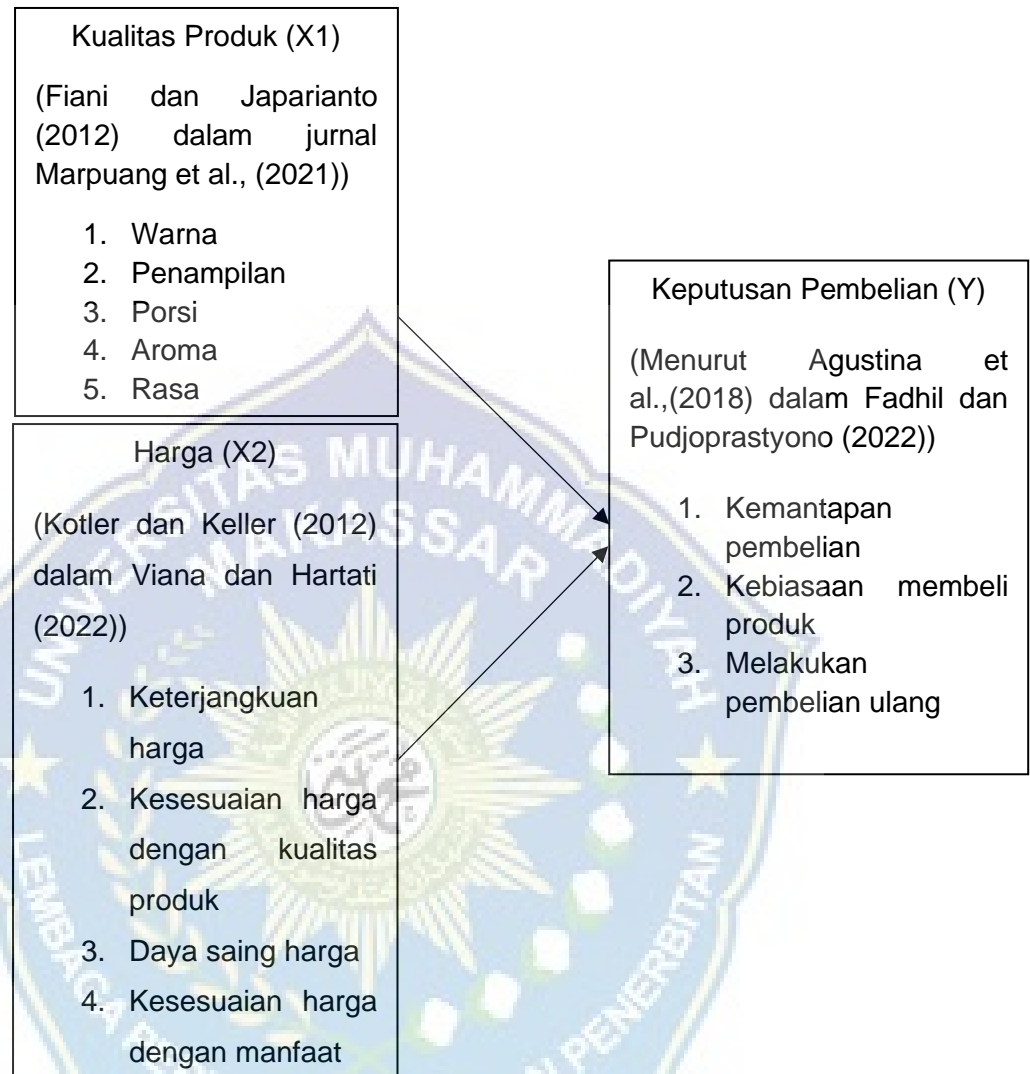
No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul	Variabel	Alat Analisis	Hasil
3	Hidayati, N., & Kurnianingsih, H. (2022).	Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kfc Cabang Solo.	Variabel bebas yaitu: Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2) Harga (X3) dan Promosi (X4) Variabel terikat yaitu : Keputusan Pembelian (Y)	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Kfc Cabang Solo.
4	Febriani, A. K., Hidayat, W., & Prihatini, A. E. (2023).	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Rotiboy Paragon Semarang.	Variabel bebas yaitu: Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) dan Lokasi (X3) Variabel terikat yaitu: Keputusan Pembelian (Y)	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan lokasi secara parsial dan simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Rotiboy Paragon Semarang
5	Kawengian, I., Tampi, J. R., & Punuindoong, A. Y. (2022).	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut di Outlet Kota Bitung.	Variabel bebas yaitu : Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Variable terikat yaitu: Keputusan Pembelian (Y)	Regresi Linear Berganda	Berdasarkan hasil yang diperoleh harga dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pizza Hut di Outlet Kota Bitung
6	Efdison, Z., Lova, A. N et al., (2023).	Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kopi Nur.	Variabel bebas yaitu: Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) Variabel terikat yaitu:	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menunjukan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul	Variabel	Alat Analisis	Hasil
			Keputusan Pembelian (Y)		keputusan pembelian konsumen di Kopi Nur
7	Yusra, I., & Nanda, R. (2020).	Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Kinol Bistro N'Poll di Kota Padang.	Variabel bebas yaitu: Kualitas Produk (X1) Lokasi (X2) dan Harga (X3) Variabel terikat yaitu: Keputusan Pembelian (Y)	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada saat yang sama tiga faktor bebas yang dipertimbangkan, yakni kualitas produk, harga dan lokasi suatu produk mempengaruhi keputusan dari suatu pembelian pada Cafe Kinol Bistro N'Poll di Kota Padang.
8	Cahyani, N. L., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Kualitas	Pengaruh Kualitas Produk Makanan, Harga, Dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Rm. Rindang 84 (Studi Pada Konsumen Rm. Rindang 84 Cabang Pati).	Variabel bebas yaitu: Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Variabel terikat yaitu: Keputusan Pembelian (Y)	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pembelian pada Rm. Rindang 84 (Studi pada Konsumen Rm. Rindang 84 Cabang Pati).
9	Apsari, N. W. R. D et al., (2023).	Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) CLEO	Variabel bebas yaitu: Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) Variabel terikat yaitu:	Regresi Linear Berganda	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul	Variabel	Alat Analisis	Hasil
		di Kota Denpasar	Keputusan Pembelian (Y)		keputusan pembelian pada Air Minum dalam Kemasan (AMDK) di Kota Denpasar
10	Sugiharto, A., & Darmawan, M. F. (2021).	Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Janji Jiwa Coffee Citra Raya.	Variabel bebas yaitu: Kualitas Produk (X1) Harga (X2) dan Kualitas Layanan Variabel terikat yaitu: Keputusan Pembelian (Y)	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen

C. Kerangka Pikir

Dari kajian teori dan hasil penelitian terdahulu, maka untuk mengetahui hubungan antara variabel independen atau variabel independent yaitu kualitas produk (X1), harga (X2) dan variabel dependent yaitu keputusan pembelian (Y) dalam penelitian ini maka dapat digambarkan kerangka berpikir seperti berikut:



Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Gambar 2.1 Kerangka Pikir

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori-teori relevan, belum didasarkan fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Adapun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1 : Diduga kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Kaku Food Kota Makassar.

H2 : Diduga harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Kaku Food Kota Makassar.

H3 : Diduga kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Kaku Food Kota Makassar



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019) penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme, di gunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu dengan analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Afriansyah et al., 2021)

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Makassar pada konsumen yang pernah membeli produk di Kaku Food Kota Makassar.

2. Waktu Penelitian

Waktu dalam pelaksanaan penelitian ini diperkirakan dua bulan terhitung dari Januari 2024 sampai Februari 2024.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a. Data primer yaitu data yang ambil langsung dari objek penelitian.

Data primer dalam penelitian ini membagikan kuesioner langsung yang berisi item-item pertanyaan kepada responden yang telah ditentukan oleh penulis.

b. Data sekunder yaitu data yang sudah tersedia misalnya diperoleh dari buku, jurnal, dokumen dan media internet. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu berupa jurnal dan juga pencarian informasi dari media internet.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2013) populasi dapat dipahami sebagai suatu wilayah generalisasi mencakup objek/subyek yang mempunyai kualitas dan ciri-ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti kemudian akan dipelajari lalu ditarik kesimpulannya (Fiana & Hartati, 2022). Populasi pada penelitian adalah generasi Z dan peneliti menetapkan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar. Lebih lanjut, peneliti membatasi populasi pada mahasiswa jurusan Manajemen angkatan 2020 yang berjumlah 311 mahasiswa.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2013) dalam (Fiana & Hartati, 2022) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik suatu populasi.

Teknik sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan non probability sampling yaitu pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Lebih lanjut, peneliti menggunakan *sampling accidental*.

Sampling accidental menurut Sugiyono (2010) adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti yang dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang tersebut cocok dijadikan sebagai sumber data (Sopiah & Haryatiningsih, 2023)

Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Berusia diantara 16 tahun ke atas.
- b. Konsumen yang pernah mengambil keputusan membeli di Kaku Food Kota Makassar
- c. Bersedia memberikan informasi
- d. Mahasiswa jurusan Manajemen angkatan 2020 Unismuh Makassar

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Ukuran sampel

e = Nilai error

Apabila jumlah populasi (N) = 311, standar error (e) = 10%, maka jumlah minimum sampel dalam penelitian adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{311}{1 + 311 (0,01)}$$

$$n = \frac{311}{1 + 3,11}$$

$$n = 75,66$$

$$= 76$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian yaitu 76 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dilakukan untuk mengumpulkan dan menganalisis data untuk data dapat menjawab pertanyaan tertentu, menguji hipotesis, hingga menilai hasil. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Wisudaningsi et al., 2019). Bentuk umum sebuah angket terdiri dari bagian pendahuluan yang berisikan petunjuk pengisian angket, bagian identitas yang berisikan identitas responden seperti : nama, alamat, umur, pekerjaan, jenis kelamin dan sebagainya, kemudian baru memasuki bagian pengisian angket.

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan penelitian yang mendapatkan landasan yang kuat tentang teori, baik berupa rumus-rumus teknis perhitungan maupun teori-teori yang mendukung objek penelitian. Sumber riset keputusan dilakukan yaitu melalui buku-buku, literatur-literatur, jurnal-jurnal, maupun internet serta sumber lain yang relevan dengan objek permasalahan yang teliti (Wisudaningsi et al., 2019)

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu metode pengumpulan data melalui materi tertulis atau dokumen lain yang dihasilkan langsung oleh orang-orang terlibat. (Wisudaningsi et al., 2019)

F. Defenisi Operasional dan Pengukuran

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel terhadap indikator - indikator yang membentuknya. Adapun definisi operasional penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas Produk (X1) di definisikan dalam penelitian ini yaitu keseluruhan ciri, karakteristik dan spesifikasi yang dimiliki suatu barang atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Adapun kualitas produk dapat di ukur oleh beberapa indikator yang diadopsi dari pendapat Fiani dan Japarianto (2012) dalam (Marpuang et al.,) yaitu sebagai berikut:

- a. Warna
 - b. Penampilan
 - c. Porsi
 - d. Aroma
 - e. Rasa
2. Harga (X_2) di definisikan dalam penelitian ini yaitu jumlah uang yang dikorbankan dan yang ditukarkan pelanggan untuk suatu produk yang diinginkan dengan harapan memperoleh manfaat terkait kepemilikan atau penggunaan produk tersebut. Harga di ukur dengan indikator yang diadopsi dari pendapat Kotler dan Amstrong (2012) dalam (Fiana & Hartati, 2022) yaitu sebagai berikut:
- a. Keterjangkauan harga
 - b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
 - c. Daya saing harga
 - d. Kesesuaian harga dengan manfaat.
3. Keputusan Pembelian (Y), di definisikan dalam penelitian ini yaitu hasil akhir dalam proses pembelian. Dimana dalam proses tersebut terjadi kegiatan mengevaluasi yaitu menilai dan memilih produk atau jasa yang telah dicari informasinya kemudian menetapkan suatu pilihan atas kebutuhan yang ingin dipenuhi dan yang dianggap paling menguntungkan. Keputusan pembelian dapat di ukur oleh indikator yang diadopsi dari Agustina et al.,(2018) dalam (Fadhil & Pudjoprastyono, 2022) yaitu sebagai berikut :
- a. Kemantapan pembelian
 - b. Kebiasaan membeli produk

c. Melakukan pembelian ulang

Variabel-variabel tersebut akan diukur dengan menggunakan skala likert dan nilai jawaban dari setiap responden akan diberi skor 1-5 dengan nilai tanggapan tertinggi 5 dan tanggapan terendah 1

Tabel 3.1 Skor Pilihan Jawaban

No	Pilihan	Skor
1	(SS) = Sangat Setuju	5
2	(S) = Setuju	4
3	(KS) = Kurang Setuju	3
4	(TS) = Tidak Setuju	2
5	(STS) = Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

G. Metode Analisis Data

Metode analisis data untuk mengukur variabel - variabel dalam penelitian ini, menggunakan software SPSS, dengan cara memasukkan hasil dari operasionalisasi variabel yang akan diuji. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang digunakan untuk mengukur seberapa efektif suatu media ukur atau alat ukur dalam mengumpulkan data. Sering digunakan untuk mengukur efektivitas suatu kuesioner dalam mengumpulkan data, terutama yang

berkaitan dengan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner (Janna & Herianto, 2021)

Kriteria uji validasi adalah dengan membandingkan nilai r hitung (Person Corelation) dengan nilai r table :

- a) Jika nilai r hitung $>$ r table, maka instrumen dikatakan valid
- b) Jika nilai r hitung $<$ r table, maka insturmen dikatakan tidak valid

b. Uji Realibilitas

Uji realibilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran yang digunakan tetap dan terpercaya serta terbebas dari galat pengukuran (measurement errot).

Menurut Darma (2021) uji realibilitas dilakukan dengan membandingkan nilai Cronbach's alpha dengan tingkat atau taraf signifikan yang digunakan. Tingkat taraf signifikan yang digunakan bisa 0,5 0,6 hingga 0,7. Adapun kriteria pengujiannya sebagai berikut :

2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum data dianalisis, metode regresi harus memenuhi syarat asumsi klasik, yang meliputi :

a. Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang residunya berdistribusi normal. Cara mendeteksinya adalah dengan melihat sebaran data pada sumber diagonal terhadap grafik normal P P Plot of regression standardized standar dari grafik regresi terstandar sebagai dasar

pengambilan keputusan. Jika menyebar disekitar garis dan mengikuti garis secara diagonal maka model regresi normal dan dapat digunakan untuk memprediksi variabel bebas dan sebaliknya (Mardiatmoko, 2020)

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana terdapat hubungan linear atau hampir sempurna antar variabel independen dalam suatu model regresi. Menurut Mardiatmoko (2020) Suatu model regresi dikatakan multikolinearitas jika terdapat fungsi linier sempurna untuk semua atau beberapa independen variabel terhadap fungsi linier tersebut. Gejala multikolinearitas antara lain melihat Variance Inflation Faktor (VIF) dan nilai toleransi. Jika nilai $VIF < 10 > 0,1$ menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan kondisi dimana terdapat ketidaksamaan varians pada residual seluruh semua pengamatan dalam suatu model regresi. Cara mengujinya menggunakan tes Glejser. Pengujian dilakukan dengan meregresi variabel independen terhadap nilai residual absolute. Residual yaitu selisih antara nilai variabel Y dengan nilai prediksi variabel Y, dan nilai absolute adalah nilai mutlaknya (semua nilai positif). Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolute residual $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Mardiatmoko, 2020)

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Wisudaningsi et al., (2019) regresi berganda digunakan untuk menganalisis hubungan kausal beberapa variabel bebas (X) terhadap satu variabel tergantung (\hat{Y}). Model yang digunakan untuk analisis regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

- Y = Keputusan pembelian
- A = Konstanta
- B = Koefisien regresi linear berganda
- X1 = Kualitas Produk
- X2 = Harga

H. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan metode pengambilan keputusan berdasarkan analisis data. Dalam statistik, suatu hasil dapat dianggap signifikan secara statistik jika peristiwa tersebut sangat kecil kemungkinannya terjadi karena faktor acak, dalam batas probabilitas yang telah ditentukan.

Adapun pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Determinasi merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa besar variabel X memberikan kontribusi terhadap variabel Y.

Analisis ini digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independent secara individual pada variabel terikat. Kriteria pengambilan keputusannya yaitu dengan membandingkan nilai signifikansinya (Wisudaningsih et al., 2019). penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

Berdasarkan nilai t hitung dan t tabel yaitu jika nilai t hitung $>$ t tabel maka variabel bebas berpengaruh terhadap Y(variabel terikat)

3. Uji Simultan (Uji f)

Menurut Wisudaningsi et, al (2019) pengujian statistik F dilakukan untuk menunjukan apakah semua variabel bebas (independen) yang dimasukkan dalam dalam modal mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (dependen). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika nilai F hitung $>$ F tabel maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat
- b. Jika nilai F hitung $<$ F tabel maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Kaku Food

Kaku Food merupakan usaha kuliner yang mulai berdiri pada 7 Agustus 2019. Kaku Food didirikan oleh saudara Fadil Ehsan dan Khalid Abdul Rahman. Sebelum berdirinya bisnis Kaku Food, Fadil Ikhsan mulai menjual produk makanan pada tahun 2016 dan Khalid Abdul Rahman sendiri mulai menjual minuman pada tahun 2012. Akhirnya Fadil Ehsan dan Khalid Abdul Rahman memutuskan untuk membuka bisnis makanan yang kekinian dan dapat yang diterima dengan baik oleh masyarakat sekitar.

Saat itu, makanan pertama yang dijual adalah kerupuk pangsit dan tidak menyangka orang-orang menyukai kerupuk pangsit. Hadirnya makanan murah ini mendapat sambutan baik dari masyarakat sekitar karena banyak orang menyukai makanan berbahan dasar daging ini yang menggiurkan dan lezat ini.

Hidangan ini terdiri dari pembuatan daging menjadi adonan bakso dan menambahkan tepung, bumbu, bungkus pangsit, dan cabai. Makanan modern yang murah memang diminati banyak orang dan menarik untuk dicoba sehingga patut dijadikan sebagai peluang bisnis. Banyaknya pebisnis yang mulai menggeluti bisnis ini membuktikan betapa menjanjikannya bisnis ini. Saat ini, inovasi baru bermunculan di

menu Kaku Food dimana sebelumnya hanya ada menu dalam variasi terbatas.

2. Profil Kaku Food

Kaku Food merupakan jajanan untuk Kakuzen. Kakuzen adalah sebutan atau nama yang diberikan untuk konsumennya. Kaku Food tidak hanya berjualan di toko saja, tapi juga berjualan online seperti Grab/Gojek dan Instagram. Menu Kaku Food sangat menarik dan enak yang sangat cocok untuk dijadikan camilan sehari-hari apalagi saat sedang merasa lapar. Kaku Food memiliki beberapa list menu yaitu Bakso Goreng, Gyoza Goreng, Tahu Bakso, Gelatik Renyah, Pisang Coklat, Pentol Pedas, Gyoza Basah, Tahu Rebus, dan topping tambahan seperti: monster sambal, sambal rujak, saus kacang dan kecap. Di antara berbagai menu Kaku Food, yang paling populer adalah kerupuk pangsit dan topping saus sambal monster.

3. Tujuan Kaku Food

Adapun tujuan dari Kaku Food, yaitu:

1. Menjadi seorang Entrepreneur
2. Memberi peluang kerja bagi orang lain
3. Mencari keuntungan/laba
4. Menarik minat konsumen dengan masakan yang sudah cukup terkenal
5. Mencapai target penjualan

4. Visi dan Misi

Adapun visi dan misi dari Kaku Food, yaitu

Visi antara lain :

1. Memunculkan suatu produk cemilan krupuk pangsit dan menjadikan jajanan yang terbaik.
2. Memberikan kepuasan konsumen yang tiada hentinya menginginkan suatu produk cemilan dengan sentuhan inovasi baru.

Misi antara lain :

- a) Mengutamakan kebersihan isi produk maupun kemasan produk.
- b) Mengutamakan kualitas produk.
- c) Harga terjangkau

5. Struktur Perusahaan

Dalam organisasi dengan segala aktivitas, terdapat hubungan antara orang-orang yang menjalankan aktivitasnya. Makin banyak kegiatan yang dilakukan dalam organisasi, makin kompleks pula hubungan-hubungan dalam organisasi tersebut. Struktur organisasi yang baik adalah sebuah susunan berbagai komponen atau unit kerja dalam sebuah organisasi yang terdapat pada masyarakat. Struktur organisasi juga berarti susunan dari berbagai macam komponen atau unit kerja dalam sebuah organisasi. Berikut ini struktur krupuk pangsit Kaku Food:



Gambar 4.1 Struktur Perusahaan Kaku Food

B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Peneliti menyebar kuesioner dalam bentuk google form sebanyak 76 dimana responden merupakan mahasiswa jurusan Manajemen Unismuh Makassar yang pernah melakukan pembelian di Kaku Food Kota Makassar. Profil responden yang ditanyakan pada kuesioner adalah umur, jenis kelamin dan frekuensi pembelian dari masing - masing responden. Data profil responden akan dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 4.1**Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki-laki	15	21, 1 %
Perempuan	61	78, 9 %
Total	76	100 %

Sumber : Data primer diolah, tahun 2024

Berdasarkan pada tabel 4.1 mengenai jenis kelamin responden, diketahui bahwa jumlah responden laki - laki sebanyak 15 orang atau sekitar 21 % sedangkan jumlah responden perempuan sebanyak 61 orang atau sekitar 78, 9 %.

Dari data tersebut terlihat bahwa hadirnya Kaku food yang menyediakan aneka jajanan dapat diterima oleh semua kalangan, tidak ada perbedaan antara laki - laki dan perempuan dilihat dari jumlah responden yang membeli produk Kaku Food di Kota Makassar

Tabel 4. 2**Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur**

Umur	Jumlah Responden	Presentase
16-20 tahun	18	22, 4 %
21-25 tahun	58	71, 1 %
>25 tahun	-	-
Total	76	100 %

Sumber : Data primer diolah, tahun 2024

Berdasarkan pada tabel 4.2 mengenai usia responden, berusia antara 16-20 tahun yaitu dengan jumlah sebanyak 18 mahasiswa atau sekitar 22,4 % dan 21-25 sebesar 58 mahasiswa atau sekitar 71, %.

Dari data tersebut terlihat bahwa mahasiswa Manajemen angkatan 2020 cenderung lebih banyak berusia 21-25 tahun yang telah membeli produk jajanan Kaku Food di Kota Makassar

Tabel 4.3

Klasifikasi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian

Frekuensi Pembelian	Jumlah	Presentasi
1 kali	22	27,6 %
2-5 kali	36	47,4 %
>5 kali	18	25 %
Total	76	100 %

Sumber : Data primer diolah, tahun 2024

Berdasarkan pada tabel 4.2 mengenai frekuensi pembelian, dimana frekuensi pembelian 1 kali berjumlah 22 mahasiswa, 2-5 kali berjumlah 36 mahasiswa dan >5 kali berjumlah 18 mahasiswa

Dari data tersebut terlihat bahwa mahasiswa Manajemen angkatan 2020 cenderung lebih banyak yang sudah membeli produk jajanan Kaku Food 2-5 kali pembelian.

2. Deskripsi Variabel

a. Kualitas Produk (X1)

Distribusi frekuensi jawaban responden mengenai pertanyaan variabel harga di jelaskan pada Tabel 4.4 di bawah ini

Tabel 4.4
Distribsusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X1)

Frekuensi (F) dan Presentase (P)												
No	Item	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X1.1	3	3.95	4	5.26	4	5.26	49	64.47	16	21.05	3.90
2	X1.2	4	5.26	1	1.32	5	6.58	42	55.26	24	31.58	4.07
3	X1.3	2	2.63	5	6.58	17	22.37	39	51.32	13	17.11	3.74
4	X1.4	2	2.63	4	5.26	10	13.16	34	44.74	26	34.21	4.07
5	X1.5	3	3.95	3	3.95	12	15.79	35	46.05	23	30.26	3.95
Total												19,72

Sumber : Data primer diolah, tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.4, dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Produk (X1) memiliki 5 item pertanyaan dengan nilai rata-rata sebesar 19,72 dari 76 responden. Dalam hal ini rata-rata 19,72 memiliki makna bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas produk masih belum terlalu setuju bahwasanya kualitas produk Kaku Food memiliki kualitas yang baik. Sebagian besar responden menjawab setuju pada semua item pertanyaan yang diajukan. Rata-rata tertinggi terdapat pada variabel X1.2 dan X1.4, yaitu pernyataan yang berbunyi "Kaku Food menjaga tampilan produknya dari kebersihan dan kesegaran setiap menu yang disajikan" dan "Aroma menu yang ada di Kaku Food sangat sedap dan menambah selera makan " sebesar 4,07 dari 76 responden. Berdasarkan hasil yang ada 31, 58 % menjawab sangat setuju, 55,26 % menjawab setuju, 6,58 % menjawab kurang setuju ,1,32 % menjawab tidak setuju dan 5,26% menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Kaku Food cenderung setuju bahwa produk Kaku Food memiliki kualitas yang baik namun masih taraf cukup.

Selanjutnya item yang paling rendah terdapat pada variabel X1.3 dengan pernyataan yang berbunyi “Porsi yang diberikan sesuai dengan harga” mendapatkan rata-rata 3,74 % dari 76 responden, dimana 17,11 % menyatakan sangat setuju, 51,32 % menyatakan setuju, 22,37% menyatakan kurang setuju, 6,58% menyatakan tidak setuju dan 2,63% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen beranggapan bahwa porsi yang diberikan dari produk Kaku Food sudah cukup baik namun perlu disesuaikan lagi dengan harga.

b. Harga (X2)

Distribusi frekuensi jawaban responden mengenai pertanyaan variabel harga di jelaskan pada tabel 4.5 berikut :

Tabel 4.5

Distribsusi Frekuensi Variabel Harga (X2)

Frekuensi (F) dan Presentase (P)												
No	Item	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X2.1	2	2.63	5	6.58	22	28.95	35	46.05	12	15.79	3.66
2	X2.2	2	2.63	5	6.58	13	17.11	38	50.00	18	23.68	3.86
3	X2.3	1	1.32	8	10.53	23	30.26	32	42.11	12	15.79	3.61
4	X2.4	3	3.95	4	5.26	12	15.79	39	51.32	18	23.68	3.86
Total												14.99

Sumber : Data primer diolah, tahun 2024

Berdasarkan Tabel 4.5, dapat di ketahui bahwa variabel Harga (X2) memiliki 4 item pertanyaan dengan nilai rata-rata sebesar 14,99 % dari 76 responden. Dalam hal ini rata-rata 14,99 % memiliki makna bahwa persepsi konsumen terhadap harga masih belum terlalu setuju bahwasanya harga dari produk Kaku Food belum cukup terjangkau. Sebagian besar responden menjawab setuju pada semua item pertanyaan

yang diajukan. Rata-rata tertinggi terdapat pada variabel X2.1 dan X2.4, yaitu pernyataan yang berbunyi “Harga menu yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan” dan “Harga menu yang ada di Kaku Food sesuai dengan manfaat yang dirasakan ” sebesar 3.86 dari 76 responden. Berdasarkan hasil yang ada 23,68 % menjawab sangat setuju, 50,00 % menjawab setuju, 17,11 % menjawab kurang setuju dan 6,58 % menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Kaku Food cenderung kurang setuju terhadap harga yang ditawarkan oleh Kaku Food yang dirasa tidak sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan.

Sementara itu item variabel yang menunjukkan rata-rata terkecil adalah variabel X2.3 yaitu pernyataan yang berbunyi “Harga yang ditawarkan lebih ekonomis dibanding dengan produk lain yang sejenis” dengan nilai rata-rata sebesar 3,61 dari total 76 responden. Berdasarkan hasil yang ada 15,79% responden menjawab sangat setuju, 42,11% responden menjawab setuju, 30,26% responden menjawab kurang setuju, 10,53% responden menjawab tidak setuju dan 1,32 % responden menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang disediakan oleh Kaku Food cukup ekonomis namun dibandingkan dengan dibandingkan produk lain yang sejenis kurang ekonomis.

c. Keputusan Pembelian (Y)

Distribusi frekuensi jawaban responden mengenai pertanyaan variabel harga di jelaskan pada tabel 4.6 di berikut ini :

Tabel 4.6
Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Frekuensi (F) dan Presentase (P)												
No	Item	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Y1	3	3.95	4	5.26	15	19.74	36	47.37	17	23.63	3.79
2	Y2	2	2.63	7	9.21	11	14.47	38	50.00	18	23.68	3.83
3	Y3	3	3.95	6	7.89	9	11.84	36	47.37	22	28.95	3.89
4	Y4	3	3.95	5	6.58	13	17.11	29	38.16	26	34.21	3.92
5	Y5	2	2.63	4	5.26	12	15.79	37	48.68	21	27.63	3.93
TOTAL												19.39

Sumber : Data primer diolah, tahun 2024

Variabel Keputusan Pembelian memiliki rata-rata sebesar 19,39 % dari 76 responden, artinya persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian produk Kaku Food masih belum cukup untuk mempengaruhi konsumen dalam memilih produk sehari-harinya. Item yang menunjukkan rata-rata terbesar adalah variabel Y5 yaitu pernyataan yang berbunyi "Rasa setiap menu yang disajikan Kaku Food konsisten sehingga konsumen melakukan pembelian ulang " dengan nilai rata-rata 3,93 % dari total 76 responden. Berdasarkan hasil yang ada 27,63% responden menjawab sangat setuju, 46,68% menjawab setuju dan 15,79% menjawab kurang setuju, 5,26 % menjawab tidak setuju dan 2,36 % menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan mayoritas konsumen melakukan pembelian ulang di Kaku Food karena produk yang mereka berikan konsisten dengan rasanya yang membuat konsumen merasa puas.

Sementara itu item variabel yang menunjukkan rata-rata terkecil adalah variabel Y1 yaitu pernyataan yang berbunyi "Menu yang ada Kaku Food menarik perhatian sehingga tidak berpikir lama untuk melakukan

pembelian” dengan nilai rata-rata sebesar 3,79 % dari total 76 responden. Berdasarkan hasil yang ada 23,63 menjawab sangat setuju, 47,37 % menjawab setuju, 19,74% menjawab kurang setuju, 5,26 % menjawab tidak setuju dan 3,95 % menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan beberapa konsumen masih belum memutuskan pembelian produk Kaku Food karena menarik dimata para konsumen.

3. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Data dikatakan valid jika nilai sig < 0,05 dan jika nilai r hitung > r tabel, maka instrumen dikatakan valid. Data penelitian ini memiliki r-tabel dengan nilai 0,2257 yang mana nilai df = N-2 dan pada penelitian ini N = 76 sehingga df = 76-2 = 74. Jadi nilai r-tabel adalah df 74= 0,2257 . Berikut dibawah ini tabel data hasil uji validitas :

Tabel 4. 7

Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Pernyataan	Person Corelation	r-tabel	Sig.	Keterangan
		r-hitung			
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,811	0,225	0,000	Valid
	X1.2	0,878	0,225	0,000	Valid
	X1.3	0,856	0,225	0,000	Valid
	X1.4	0,880	0,225	0,000	Valid
	X1.5	0,831	0,225	0,000	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,763	0,225	0,000	Valid
	X2.2	0,894	0,225	0,000	Valid
	X2.3	0,893	0,225	0,000	Valid
	X2.4	0,917	0,225	0,000	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,883	0,225	0,000	Valid
	Y.2	0,901	0,225	0,000	Valid
	Y.3	0,913	0,225	0,000	Valid
	Y.4	0,921	0,225	0,000	Valid
	Y.5	0,863	0,225	0,000	Valid

Sumber : Data primer diolah, tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa semua item pertanyaan pada variabel dependen dan independen memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,025) dan nilai $sig < 0,05$ atau sehingga disimpulkan item-item pertanyaan tersebut valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

b. Uji Realibilitas

Instrumen dikatakan reliabel, jika nilai Alpha Cronbach sama dengan atau di atas 0,6. Berikut hasil uji realibilitas dari masing-masing variabel.

Tabel 4.8
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	5	0,905	Reliabel
Harga (X2)	4	0,923	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	5	0,939	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, tahun 2024

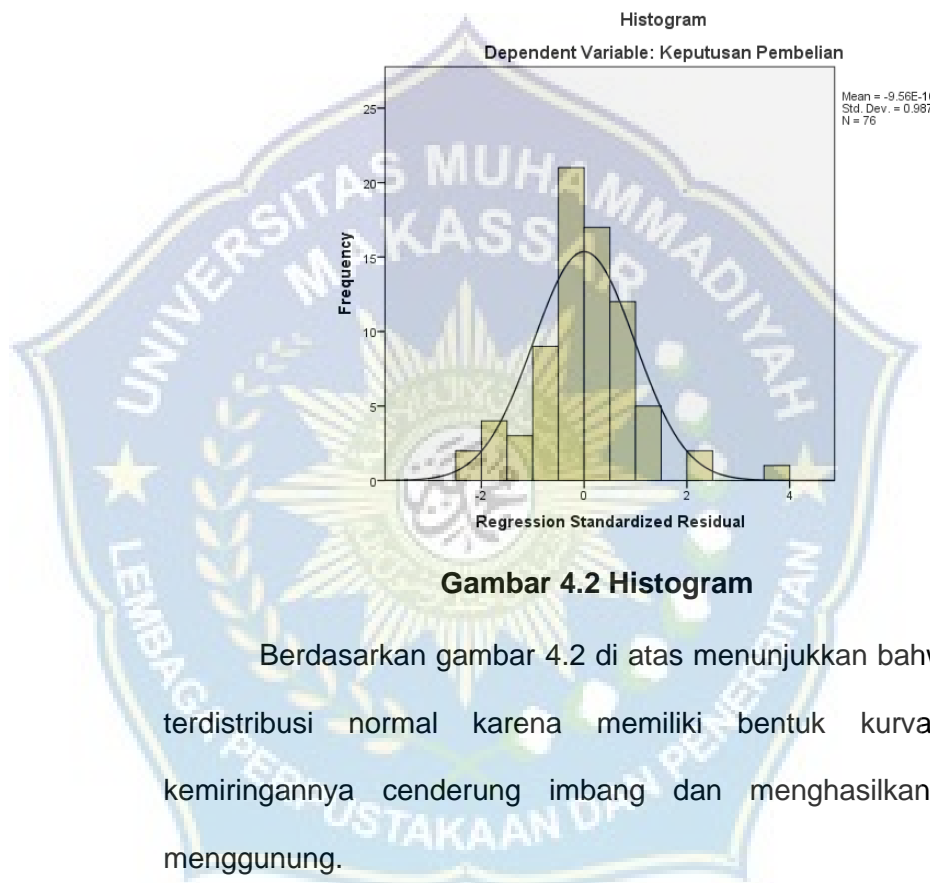
Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai Alpha Cronbach yang diperoleh pada masing-masing variabel lebih besar dari 0,6 sehingga disimpulkan bahwa item-item pertanyaan yang valid tersebut telah reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dalam penelitian ini dideteksi melalui analisa grafik dan statistic yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan spss.

- 1) Histogram yaitu pengujian menggunakan ketentuan bahwa data normal berbentuk kurva yang menggunung. Data yang baik yaitu memiliki pola distribusi normal. Apabila data melenceng ke kanan atau ke kiri maka data tersebut tidak terdistribusi norma. Hasil uji normalitas dilihat dari histogram pada gambar dibawah ini :

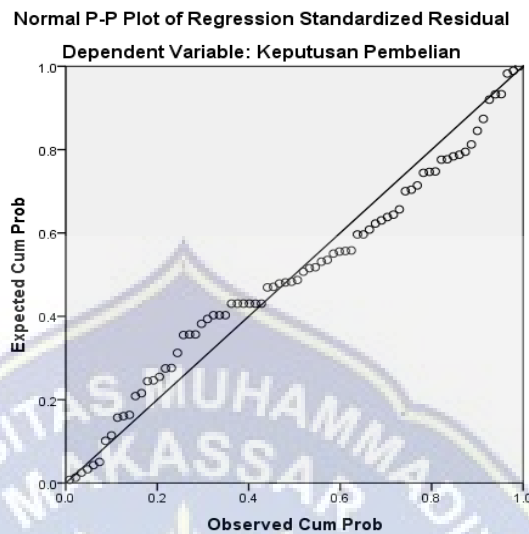


Gambar 4.2 Histogram

Berdasarkan gambar 4.2 di atas menunjukkan bahwa data terdistribusi normal karena memiliki bentuk kurva yang kemiringannya cenderungimbang dan menghasilkan kurva menggunung.

- 2) Grafik *Normality Probability Plot* dimana ketentuan yang digunakan adalah :
- Jika data menyebar diarea garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
 - Jika data menyebar jauh dari diagonal atau jauh dari garis diagonal maka tidak memenuhi asumsi normalitas.

Berikut di bawah ini hasil uji normalitas dengan melihat *Normality ProbabilityPlot*



Gambar 4.3 Normal Probability Plot

Berdasarkan gambar 4.3 di atas menunjukkan *probability plot* menghasilkan pancaran data yang berada disekitar garis diogonal maka dapat dikatakan bahwa pola terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model uji regresi yang baik selayaknya tidak terjadi multikolinieritas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dengan cara menganalisis matriks korelasi variabel - variabel independen yang dapat di lihat melalui Variance inflantion Factor (VIF). Nilai VIF yang bisa ditoleransi adalah 10. Apabila nilai $VIF < 10$ maka disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas. Berikut adalah hasil analisis terhadap nilai VIF.

Tabel 4.9

Hajil Uji Multikolinieritas

Variabel Bebas (X)	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk	0,366	2,729	Tidak terjadi Multikolinieritas
Harga	0,366	2,729	Tidak terjadi Multikolinieritas

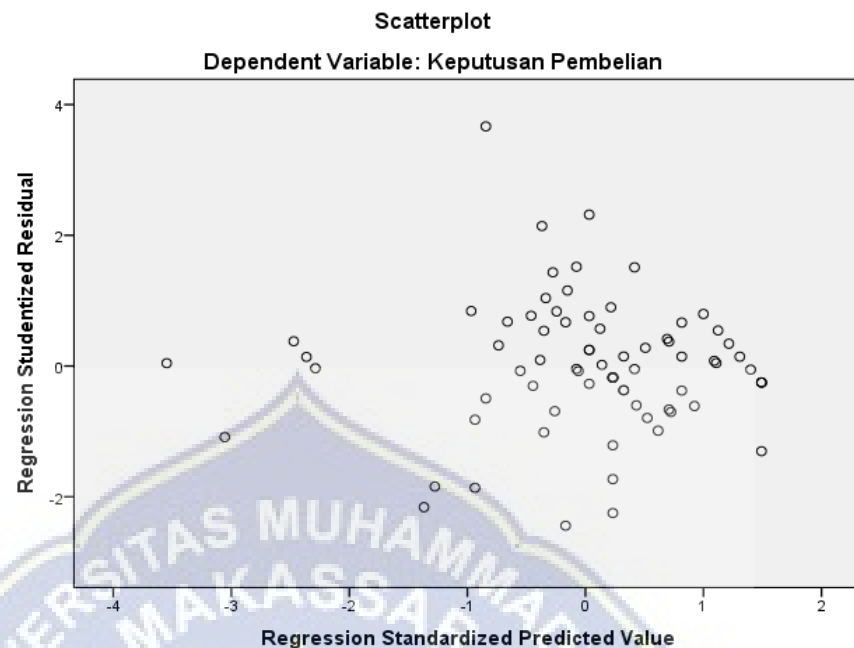
Sumber : Data primer diolah, tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat diketahui variabel bebas dalam penelitian ini memiliki Variance Inflation Factor (VIF) lebih kecil dari 10, masing-masing variabel bebas memiliki nilai $VIF < 10$, sehingga dapat dikatakan tidak terdapat gejala multikolinieritas antara variabel bebas dalam penelitian ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk melihat apakah data dalam bentuk regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variabel residual maka disebut heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas digunakan dasar analisis sebagai berikut :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik tertentu yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi Heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas



Gambar 4.4 Grafick Scatterplot

Gambar di atas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat indikasi adanya heterokedastisitas pada model yang diuji sehingga asumsi terpenuhi.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian model regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen baik secara simultan maupun secara parsial. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Kaku Food (Y) yang nilainya akan diprediksi oleh Kualitas produk (X1) dan Harga (X2).

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.215	1.135		-.189	.851
1 Kualitas Produk	.375	.092	.336	4.085	.000
Harga	.816	.109	.614	7.462	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Koefisien regresi diperoleh :

$$Y = 0,215 + 0,375X_1 + 0,816X_2$$

1. Konstanta sebesar 0,215, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel keputusan pembelian 0,215, atau jika variabel X1 (Kualitas Produk) dan X2 (Harga) dianggap konstan maka variabel Y (Keputusan Pembelian) akan bernilai positif.
2. Koefisien regresi X1 sebesar 0,375 atau menyatakan bahwa semakin baik kualitas produk maka nilai keputusan pembelian juga akan meningkat. Koefisien tersebut bernilai positif sehingga dapat dikatakan arah pengaruh variabel X1 terhadap Y positif.
3. Koefisien regresi X2 sebesar 0,816 atau menyatakan bahwa semakin sesuai harga yang diberikan maka nilai keputusan pembelian akan meningkat, koefisien tersebut bernilai positif, sehingga dikatakan arah pengaruh variabel X2 terhadap Y positif.

6. Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel Kualitas Produk (X1), dan Harga (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) dan parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Kaku Food Kota Makassar.

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari keseluruhan variabel bebas pengaruhnya terhadap variabel terikat (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

Tabel 4. 11
Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.905 ^a	.819	.814	1.94484

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) atau Adjusted R Square sebesar 0,819 atau 81% artinya variabel Y dijelaskan sebesar 81% oleh variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) sedangkan sisanya sebesar 19 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui signifikan. hubungan antar variabel X dan variabel Y. Agar hasil regresi yang diperoleh dapat dijelaskan hubungannya, maka hasil regresi tersebut akan diuji menggunakan uji t dengan derajat kepercayaan 95% ($\alpha=0,05$), suatu variabel dikatakan berpengaruh ketika nilai signifikan yang diperoleh lebih kecil dari ($<0,05$). Adapun hasil uji t dalam persamaan regresi sebagai berikut.

Tabel 4.12

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.215	1.135		-.189	.851
1 Kualitas Produk	.375	.092	.336	4.085	.000
Harga	.816	.109	.614	7.462	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan table 4.12 maka dapat diuraikan pengujian hipotesis sebagai berikut.

a. Kualitas Produk (X1)

Hasil statistik uji variabel kualitas produk diperoleh nilai t_{hitung} 4.085 dan nilai sig sebesar 0,000. Pada $\alpha = 5\%$ (karena pengujian dua sisi sehingga $0,05:2 = 0,025$) maka $(df) n-k-1 = 76-2-1= 73$ (dimana k merupakan jumlah variabel dependen). Nilai df sebesar 73 maka di

peroleh t_{tabel} 1,996. Nilai t_{hitung} 4,085 > t_{tabel} 1,996 dan nilai signifikan lebih besar dari 0,05 ($0,00 < 0,05$) maka H1 diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Kaku Food Kota Makassar.

b. Harga (X2)

Hasil statistik uji variabel harga diperoleh nilai t_{hitung} 7.462 dan nilai sig sebesar 0,000. Pada $\alpha = 5\%$ (karena pengujian dua sisi sehingga $0,05:2 = 0,025$) maka (df) $n-k-1 = 76-2-1 = 73$ (dimana k merupakan jumlah variabel dependen). Nilai df sebesar 73 maka di peroleh t_{tabel} 1,996. Nilai t_{hitung} 7.462 > t_{tabel} 1,996 dan nilai signifikan lebih besar dari 0,05 ($0,00 < 0,05$) maka H2 diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian di Kaku Food Kota Makassar.

3. Uji Simultan (Uji f)

Uji F dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas (independen) yang dimasukkan dalam dalam modal mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (dependen). Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0.05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika nilai F hitung > F tabel maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat
- b. Jika nilai F hitung < F tabel maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Tabel 4.13**Hasil Uji F****ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1248.042	2	624.021	164.980	.000 ^b
Residual	276.116	73	3.782		
Total	1524.158	75			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Berdasarkan tabel di atas diperoleh $f_{\text{tabel}} 164,980$ dan nilai sig sebesar 0,000. $f_{\text{tabel}} = k-1 = 3$ (k yaitu jumlah seluruh variabel dalam penelitian $k = 3$). Kemudian nilai df dengan cara $(n-k) = (76-3) = 73$ dan diperoleh f_{hitung} sebesar 3,12. Nilai $f_{\text{hitung}} 164, 980 > f_{\text{tabel}} 3,12$ maka H_3 diterima yang berarti bahwa variabel kualitas produk dan harga terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Kaku Food Kota Makassar.

C. Pembahasan**1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Kaku Food Kota Makassar. Hal ini terlihat dari hasil olah data dimana nilai koefisien variabel sebesar 0,375 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Juga dibuktikan dengan nilai $t_{\text{hitung}} 4,085 > t_{\text{tabel}} 1,996$.

Hal ini berarti, Kaku Food sangat memiliki kualitas produk yang baik dari segi tampilan sehingga konsumen merasa tertarik dan

melakukan pembelian. Kemudian dari segi aroma makanan yang disediakan membuat konsumen tidak sabar untuk mencoba makanan tersebut yang menimbulkan rasa tambah selera makan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Haque (2020) dan Pangastuti (2019) bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Kaku Food Kota Makassar. Hal ini terlihat dimana nilai koefisien variabel sebesar 0,816 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 > 0,05$ dan juga dibuktikan dengan perolehan nilai t_{hitung} $7.462 > t_{tabel}$ 1,996.

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa konsumen merasa cocok dengan harga menu-menu produk yang ada di Kaku Food. Harga yang terjangkau dan dari segi produk mampu memberikan ketahanan yang baik dalam artian keuletan dari bahan berkualitas serta memberikan efek yang menyenangkan konsumen.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Amalia (2019) yang berjudul “ Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Mie Endess di Bangkalan” menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Mie Endess Bangkalan.

3. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian
Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Kaku Food Kota Makassar. Hal ini terlihat dari hasil uji F menunjukkan nilai f_{hitung} 164,980 > f_{tabel} 3,12 dan nilai sig 0,000 < 0,05 .



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisa data melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel kualitas produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Kaku Food Kota Makassar. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan searah antara variabel kualitas produk (X1) dan keputusan pembelian (Y).
2. Variabel harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Kaku Food Kota Makassar. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan searah antara harga (X2) dan keputusan pembelian (Y).
3. Secara simultan terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Kaku Food Kota Makassar.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis tersebut, peneliti memberikan beberapa saran adalah sebagai berikut :

1. Bagi pemilik jajanan Kaku Food untuk lebih memperhatikan strategi harga yang dijalankan dan kualitas produk yang dijual. Harga yang bersahabat dengan masyarakat di semua kalangan maka akan cukup mudah menarik keputusan pembelian konsumen dan kualitas produk yang baik serta selalu konsistensi dalam pemilihan produk maka konsumen tidak akan berpikir panjang dalam melakukan pembelian.
2. Bagi peneliti selanjutnya agar lebih mendalami terkait bauran pemasaran yang dijalankan selain kualitas produk dan harga agar dapat menggali informasi lebih detail mengenai hal-hal atau permasalahan yang berkaitan dengan bauran pemasaran khususnya pada usaha yang sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong dan Kotler. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Prehalindo: Jakarta.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.
- Basu, Swasta dan Irawan. 2011. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta
- Buchari, Alma. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. CV. Alfabeta : Bandung
- Amalia, N. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan)*. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96-104.
- Amalia, F., & Unggul, E. (2021). *Analisis Implementasi Penyusunan Laporan Keuangan Pada Umkm Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil Dan Menengah*. *Jurnal Saintifik Program Studi Akuntansi, Politeknik Raflesia*, 19(1), 25–30.
- Batee, M. M. (2019). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli*. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V2i2.108>
- Cahyani, N. L., & Hidayat, W. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Makanan, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rm. Rindang 84 (Studi Pada Konsumen Rm. Rindang 84 Cabang Pati)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 329-334.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Sudaryono. 2016 *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yoyakarta : Andi
- Fadhil, M. N., & Prastyono, H. P. (2022). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada New Holland Donuts Tuban*. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(3), 557–562. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/Nusantara/Article/View/4171>
- Fatwa, K. A., Huda, N., Sofie, L., Aprilianti, I., Fatin, F. Z. Al, & ... (2023). *Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Di Kota Cirebon*. 05, 0–14. <https://osf.io/6ev8t/download>
- Fiana, E. O., & Hartati, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan "Mie Gacoan" Di Daerah Istimewa Yogyakarta)*. *Cakrawangsa Bisnis*, 3(2), 149–164. <http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/Cb/Article/View/341>

- Febriani, A. K., Hidayat, W., & Prihatini, A. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Rotiboy Paragon Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 475-483.
- Hidayati, N., & Kurnianingsih, H. (2022). Menguji Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kfc Cabang Solo. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen Malahayati*, 11(2), 12-21.
- Haque, M. G. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta.*, 21(134), 31–38.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). *Artikel Statistik Yang Benar. Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (Ddi)*, 18210047, 1–12.
- Juniarti, A. D. (2019). *Produk Dan Harga Koran Radar Banten. Jurnal Intent*, 2(2), 113–121.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*.
- Kawengian, I., Tampi, J. R., & Punuindoong, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut di Outlet Kota Bitung. *Productivity*, 3(4), 320-324.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. J-Mind (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.29103/J-Mind.V6i1.4870>
- Lisnawati Sopiah, & Ria Haryatiningsih. (2023). *Karakteristik Penduduk Miskin Dan Penyebab Kemiskinan Di Desa Sukagalih. Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 69–74. <https://doi.org/10.29313/Jrieb.V3i1.1977>
- Lutfi, A. M., & Sunardi, N. (2019). *Pengaruh Current Ratio (Cr), Return On Equity (Roe), Dan Sales Growth Terhadap Harga Saham Yang Berdampak Pada Kinerja Keuangan Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). Jurnal Sekuritas (Saham, Ekonomi, Keuangan Dan Investasi)*, 2(3), 83. <https://doi.org/10.32493/Skt.V2i3.2793>
- Mardiatmoko, G.-. (2020). *Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. Berekeng: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/Barekengvol14iss3pp333-342>
- Nurjamad, M. A., & Arumsari, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Gacoan Bandung Studi Kasus Konsumen Mie Gacoan Cabang Paskal. *Indonesian Journal of Economic*

and Business, 1(2), 68-80.

Repi. P.M, Mangindaan. V, K. D. (2021). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Siap Saji Di Kfc Tomohon. Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2(2), 2013–2015.

Ruslan Zamzami Fahmi, M., & Studi Administrasi Bisnis, P. (2023). *Analisis Perilaku Konsumen Produk Fashion Local Brand Erigo Dalam Memutuskan Pembelian Online Melalui E-Commerce Shopee. Journal Of Accounting And Business*, 2(1), 64–71. <https://doi.org/10.30649/Jab.V2i1.89>

Saladin, D. (2007). *Manajemen pemasaran. Edisi Keempat, Bandung: Linda Karya.*

Sari, R. M., & Prihartono, P. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 1171-1184.

Wijaya, E., & Warnadi. (2019). *Factors Affecting Online Purchase Decisions At Shopee: Effect Of E-Comerece. Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 152–164. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/procuratio/index>

Wisudaningsi, B. A., Arofah, I., & Belang, K. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linear Berganda. Statmat: Jurnal Statistika Dan Matematika*, 1(1), 103–117. <https://doi.org/10.32493/sm.v1i1.2377>



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Kepada responden yang terhormat,

Saya Suci Ramadani dengan Nim 105721118720 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar Program Studi Manajemen, bermaksud mengadakan penelitian dalam rangka penyelesaian mata kuliah skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Lazuna Chicken Talasalapang Kota Makassar”. Anda adalah responden yang terpilih dalam penelitian ini karena sesuai dengan karakteristik yang telah ditetapkan oleh peneliti. Untuk itu saya meminta kesediaan saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini. Sebelum dan sesudahnya saya ucapkan terimakasih atas partisipasinya.

Peneliti,

Suci Ramadani

Nim 105721118720

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Umur : a.16-20 tahun c.26-35 tahun
b.21-25 tahun d.36-40 tahun

Jenis Kelamin : a. Laki-laki
b.Perempuan

Apakah pernah melakukan pembelian di Kaku Food?

- a. Ya
- b. Tidak

Berapa kali anda sudah membeli di Kaku Food?

- a. 1 Kali
- b. 2-5 kali
- c. >5 kali

Petunjuk :

Isilah daftar pertanyaan dibawah dengan kondisi yang sebenarnya dengan memberikan tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan.

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS= Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

DAFTAR PERTANYAAN

1. Kualitas Produk (X1)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Perpaduan warna produk yang ada di Kaku Fod menarik perhatian					
2	Kaku Food menjaga tampilan produknya dari kebersihan dan kesegaran setiap menu yang disajikan					
3	Porsi yang diberikan sesuai dengan harga					
4	Aroma menu yang ada di Kaku Food sangat sedap dan menambah selera makan					
5	Semua rasa menu-menu Kaku Food sangat nikmat di lidah dan sesuai dengan ekspektasi					

2. Harga (X2)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Harga menu yang ditawarkan terjangkau bagi semua kalangan					
2	Harga menu yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan					
3	Harga yang ditawarkan lebih ekonomis dibanding dengan produk lain yang sejenis					

4	Harga menu yang ada di Kaku Food sesuai dengan manfaat yang dirasakan					

3. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Menu yang ada Kaku Food menarik perhatian sehingga tidak berpikir lama untuk melakukan pembelian					
2	Saya memutuskan membeli produk yang ditawarkan di Kaku Food dikarenakan pilihan brand dan harga yang bervariasi dan terjangkau.					
3	Menu yang ada di Kaku Food membuat ingin terus membeli dan mencoba					
4	Merasa puas dengan kualitas produk dan harga yang ditawarkan Kaku Food sehingga melakukan pembelian ulang					
5	Rasa setiap menu yang disajikan Kaku Food konsisten sehingga konsumen melakukan pembelian ulang					

LAMPIRAN 2

DATA TABULASI

NO	NAMA	UMUR	JENIS	FREKUENSI	KUALITAS PRODUK (X1)					HARGA (K2)				KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)							
					X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL	X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL	
1	Suci	16-20 tahun	Perempuan	Lebih dari 5 kali	4	4	3	5	5	21	3	4	3	4	14	4	3	4	4	4	19
2	ZUHUFIL	16-20 tahun	Perempuan	2-5 kali	4	5	4	4	5	22	4	5	4	5	18	5	5	4	5	4	23
3	Andi Jawad Suhrwadi	21-25 tahun	Laki-laki	Lebih dari 5 kali	5	5	5	5	2	22	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
4	Dira Anfa	21-25 tahun	Perempuan	2-5 kali	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	15	4	3	4	5	5	21
5	Jumrani Ansar	21-25 tahun	Perempuan	1 kali	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
6	Wardena Nurul Zafqa	21-25 tahun	Perempuan	Lebih dari 5 kali	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
7	Riad	21-25 tahun	Laki-laki	2-5 kali	4	5	4	4	3	20	4	4	4	4	16	3	4	3	3	3	16
8	Nhuun	21-25 tahun	Perempuan	2-5 kali	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	3	3	4	4	4	18
9	Nurfa	16-20 tahun	Perempuan	1 kali	4	4	4	3	4	19	3	4	4	4	15	3	4	4	4	4	19
10	Aisyah Nur Afri A	21-25 tahun	Perempuan	2-5 kali	4	4	4	5	4	21	4	5	4	4	17	4	4	3	4	5	20
11	Sibi nur silvasan	21-25 tahun	Perempuan	2-5 kali	4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	13	4	5	4	5	4	22
12	Nurkhatimah Latifah	21-25 tahun	Perempuan	2-5 kali	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
13	NITA FATRIANI	21-25 tahun	Perempuan	Lebih dari 5 kali	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	20
14	Indri	16-20 tahun	Perempuan	Lebih dari 5 kali	4	4	4	5	4	21	5	5	5	5	19	4	4	5	5	4	22
15	Fitrani	21-25 tahun	Perempuan	2-5 kali	4	5	4	5	4	22	3	4	4	5	16	3	4	5	5	4	21
16	Kartini	21-25 tahun	Perempuan	1 kali	4	4	2	4	4	18	3	4	3	4	14	4	4	2	3	3	16
17	Nurara Rahman	21-25 tahun	Perempuan	1 kali	4	5	5	5	4	23	5	4	5	5	19	5	5	4	5	5	24
18	Asmi	21-25 tahun	Perempuan	Lebih dari 5 kali	4	5	4	5	5	23	4	5	4	4	17	4	4	5	5	5	23
19	emti	21-25 tahun	Perempuan	Lebih dari 5 kali	4	4	4	4	4	20	3	4	3	4	14	4	4	4	4	4	20
20	dilaa	21-25 tahun	Perempuan	2-5 kali	4	1	2	1	1	6	2	1	2	1	6	1	1	1	1	1	5
21	Siti Nurayyah Aulia Ae Salam	21-25 tahun	Perempuan	1 kali	4	4	4	4	4	20	2	2	2	2	8	2	2	2	2	2	10
22	Fita Handayani	21-25 tahun	Perempuan	2-5 kali	4	4	3	4	3	18	3	3	4	4	13	3	3	4	3	4	17
23	Lisayanti	21-25 tahun	Perempuan	2-5 kali	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
24	Hasnah	21-25 tahun	Perempuan	2-5 kali	4	4	4	4	5	21	3	4	4	4	15	4	4	4	5	4	21
25	Nur Auliah Bakhtiar	16-20 tahun	Perempuan	Lebih dari 5 kali	5	4	3	4	4	20	3	2	2	3	10	3	3	4	4	3	17
26	Rita	26-35 tahun	Perempuan	2-5 kali	2	4	5	5	5	21	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
27	Suci	21-25 tahun	Perempuan	1 kali	5	4	4	5	5	23	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
28	Nur Asmi	21-25 tahun	Perempuan	2-5 kali	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	15	4	4	4	4	3	19
29	Lika Ananda Rahman	21-25 tahun	Perempuan	2-5 kali	4	4	3	4	4	19	3	3	4	4	13	3	3	4	3	4	18
30	Bela	21-25 tahun	Perempuan	2-5 kali	1	1	1	2	2	7	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	10
31	Ridwan Iwansyah	21-25 tahun	Laki-laki	1 kali	4	5	4	4	6	22	4	5	4	4	17	4	5	4	3	4	20
32	Muthannah	21-25 tahun	Perempuan	1 kali	4	4	2	3	3	16	3	4	2	3	12	3	2	2	2	3	12
33	Mutmannah	21-25 tahun	Perempuan	1 kali	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
34	Sridamayanti	21-25 tahun	Perempuan	2-5 kali	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
35	Sawit Waryu	21-25 tahun	Laki-laki	1 kali	5	5	5	5	5	25	4	4	5	5	18	4	5	5	5	5	24
36	Nur Rahmawati	21-25 tahun	Perempuan	Lebih dari 5 kali	4	5	4	5	4	22	3	3	3	3	12	4	3	4	4	4	18
37	Nungi Anggrainy S	21-25 tahun	Perempuan	Lebih dari 5 kali	5	5	4	5	5	24	5	5	4	4	18	5	5	5	5	5	25
38	Nurul Mutmannah	21-25 tahun	Perempuan	1 kali	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20
39	Isa	21-25 tahun	Perempuan	Lebih dari 5 kali	3	5	4	5	5	22	4	5	4	5	18	5	4	5	5	5	24
40	Nurfadila	16-20 tahun	Perempuan	1 kali	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
41	Yeni Haryati	16-20 tahun	Perempuan	1 kali	3	3	3	4	4	17	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
42	Hasmarani	21-25 tahun	Perempuan	Lebih dari 5 kali	4	5	5	3	4	21	4	4	2	4	14	5	5	5	3	4	22
43	Muthia Aulia	21-25 tahun	Perempuan	2-5 kali	4	1	1	1	1	5	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	5
44	Riska Yanti	21-25 tahun	Perempuan	1 kali	4	5	4	5	5	23	4	4	4	5	17	4	4	5	4	4	21
45	Muhammad Sinal	21-25 tahun	Laki-laki	2-5 kali	4	4	5	4	4	21	4	5	4	5	18	4	4	4	4	5	21
46	Fita	16-20 tahun	Perempuan	2-5 kali	2	4	3	4	3	16	4	3	3	3	13	3	4	3	3	4	17
47	MARTINHANI	21-25 tahun	Perempuan	1 kali	4	4	3	3	3	17	4	3	4	4	15	4	4	4	4	4	20
48	WIDIANITY	16-20 tahun	Perempuan	Lebih dari 5 kali	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
49	Siti Kalsum	16-20 tahun	Perempuan	2-5 kali	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
50	Mims	36-40 tahun	Laki-laki	2-5 kali	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	8	2	2	2	2	2	10
51	Nurdi	21-25 tahun	Perempuan	2-5 kali	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
52	See Iyong	21-25 tahun	Perempuan	1 kali	4	3	4	4	4	19	4	4	3	3	14	4	4	3	3	3	17
53	ALDI PRATAMA PUTRA	21-25 tahun	Laki-laki	1 kali	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
54	Kamsiar	21-25 tahun	Perempuan	2-5 kali	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
55	Bondan	21-25 tahun	Laki-laki	2-5 kali	4	4	3	4	3	18	4	4	3	3	14	4	4	4	4	3	19
56	Fahri	21-25 tahun	Laki-laki	2-5 kali	4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	18	4	5	4	5	4	22
57	Widia Sari	21-25 tahun	Perempuan	Lebih dari 5 kali	5	4	3	5	4	21	3	4	5	4	16	5	4	4	5	3	21
58	Muhammad Wahyudi Kalendu	16-20 tahun	Laki-laki	Lebih dari 5 kali	5	4	4	5	3	21	1	3	3	1	8	1	2	3	1	4	11
59	Charun Nisa	21-25 tahun	Perempuan	2-5 kali	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
60	Murniati	21-25 tahun	Perempuan	2-5 kali	3	3	3	3	4	16	4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	20
61	Nuru ain	16-20 tahun	Perempuan	1 kali	4	4	3	4	5	20	4	4	3	4	15	5	4	5	5	5	24
62	Mushlih	21-25 tahun	Laki-laki	2-5 kali	4	5	4	5	4	22	4	4	4	4	16	5	5	5	5	4	24
63	Fitrani Nurbaika	21-25 tahun	Perempuan	2-5 kali	4	4	4	3	5	20	3	4	4	5	16	3	3	3	4	4	17
64	Mawar	21-25 tahun	Perempuan	2-5 kali	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	4	5	4	23
65	Mah Rizky Risandi	21-25 tahun	Laki-laki	1 kali	5	3	3	2	3	16	3	3	3	3	12	3	2	3	3	3	14
66	Edy Jamil	21-25 tahun	Laki-laki	2-5 kali	4	3	4	4	5	20	3	4	3	4	14	2	3	2	3	4	14
67	SYAHRANI	21-25 tahun	Perempuan	1 kali	2	1	2	2	1	8	2	2	2	2	8	3	2	1	2	2	10
68	Ani	26-35 tahun	Perempuan	Lebih dari 5 kali	5	4	4	5	5	23	4	4	4	4	16	4	4	5	4	5	22
69	Salsabila B	21-25 tahun	Perempuan	2-5 kali	4	4	3	3	3	17	4	4	3	3	14	3	4	4	3	3	17
70	Isma Aulia	21-25 tahun	Perempuan	2-5 kali	4	5	3	3	4	19	3	4	3	3	13	5	4	3	4	3	19
71	Saipul	16-20 tahun	Laki-laki	Lebih dari 5 kali	4	5	4	5	3	21	3	4	3	3	13	3	4	4	5	5	21
72	Rahmat	16-20 tahun	Perempuan	2-5 kali	4	4	3	3	3	17	3	3	3	3	12	4	4	5	5	5	23
73	Sulifi	16-20 tahun	Laki-laki	1 kali	4	5	3	3	3	18	3	5	3	4	15	4	3	5	5	4	21
74	Windah Anugrah	16-20 tahun	Perempuan	Lebih dari 5 kali	5	5	5	5	5	25	4	3	4	5	16	4	5	5	4	5	23
75	Nurawaddah	21-25 tahun	Perempuan	Lebih dari 5 kali	4	4	5	4	5	22	3	4	4	4	15	5	4	5	4	4	22
76	Taufik	16-20 tahun	Laki-laki	2-5 kali	3	4	4	4	5	20	4	3	4	4	15	3	4	4	4	5	20

LAMPIRAN 3
HASIL OLAH DATA SPSS

Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.691**	.601**	.621**	.555**	.811**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
X1.2	Pearson Correlation	.691**	1	.690**	.734**	.622**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
X1.3	Pearson Correlation	.601**	.690**	1	.702**	.661**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
X1.4	Pearson Correlation	.621**	.734**	.702**	1	.684**	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
X1.5	Pearson Correlation	.555**	.622**	.661**	.684**	1	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	76	76	76	76	76	76
Total.X1	Pearson Correlation	.811**	.878**	.856**	.880**	.831**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76	76

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel Harga (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total.X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.740**	.750**	.763**	.901**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76
X2.2	Pearson Correlation	.740**	1	.709**	.770**	.894**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76
X2.3	Pearson Correlation	.750**	.709**	1	.763**	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	76	76	76	76	76
X2.4	Pearson Correlation	.763**	.770**	.763**	1	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	76	76	76	76	76
Total.X2	Pearson Correlation	.901**	.894**	.893**	.917**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y5	Total.Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.815**	.732**	.781**	.630**	.883**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
Y.2	Pearson Correlation	.815**	1	.750**	.773**	.706**	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
Y.3	Pearson Correlation	.732**	.750**	1	.809**	.795**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
Y.4	Pearson Correlation	.781**	.773**	.809**	1	.750**	.921**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
Y5	Pearson Correlation	.630**	.706**	.795**	.750**	1	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	76	76	76	76	76	76
Total.Y	Pearson Correlation	.883**	.901**	.913**	.921**	.863**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76	76

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.905	.905	5

Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2)

Reliability Statistics

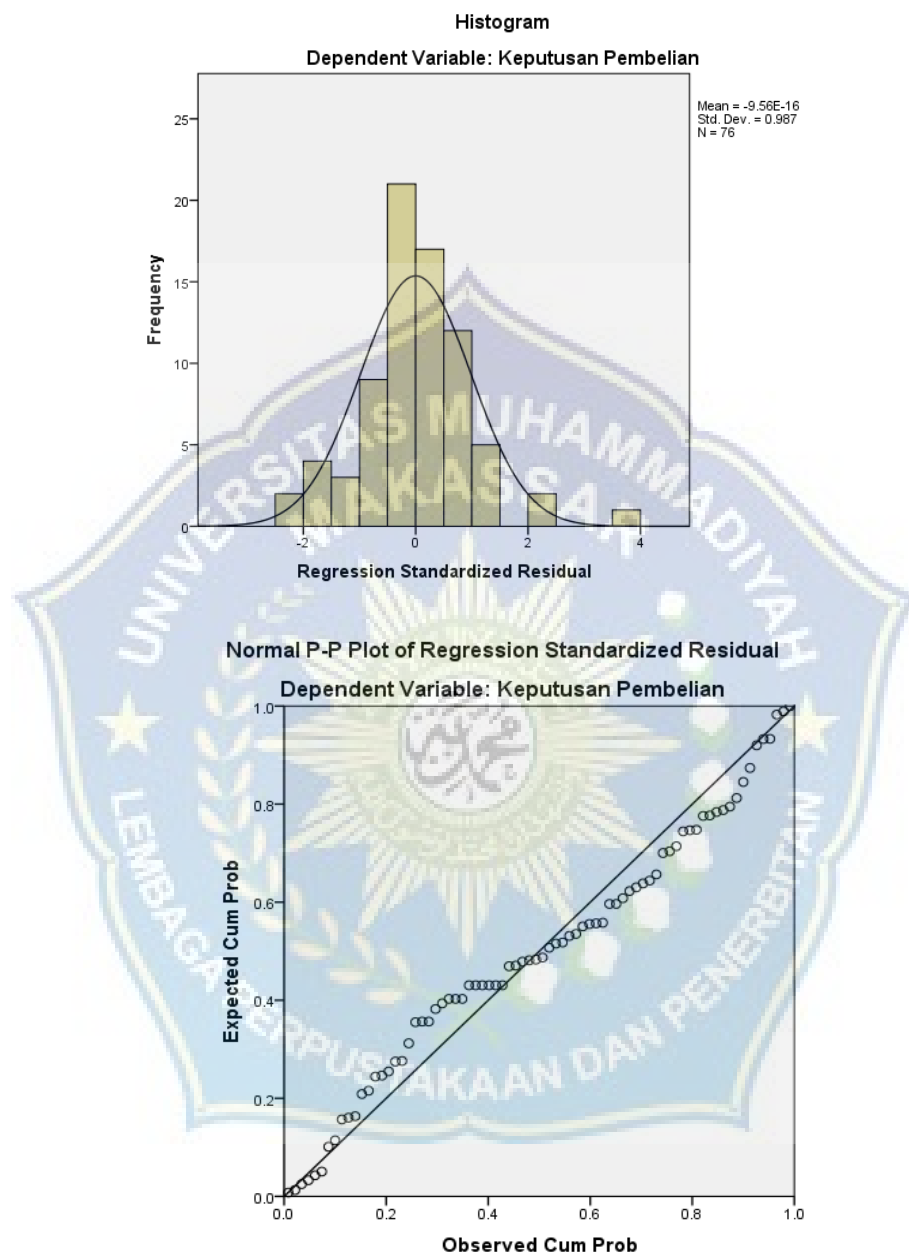
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.923	.923	4

Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.939	.939	5

Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		76
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.91873466
Most Extreme Differences	Absolute	.103
	Positive	.084
	Negative	-.103
Kolmogorov-Smirnov Z		.900
Asymp. Sig. (2-tailed)		.392

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Multikolineritas

Coefficients^a

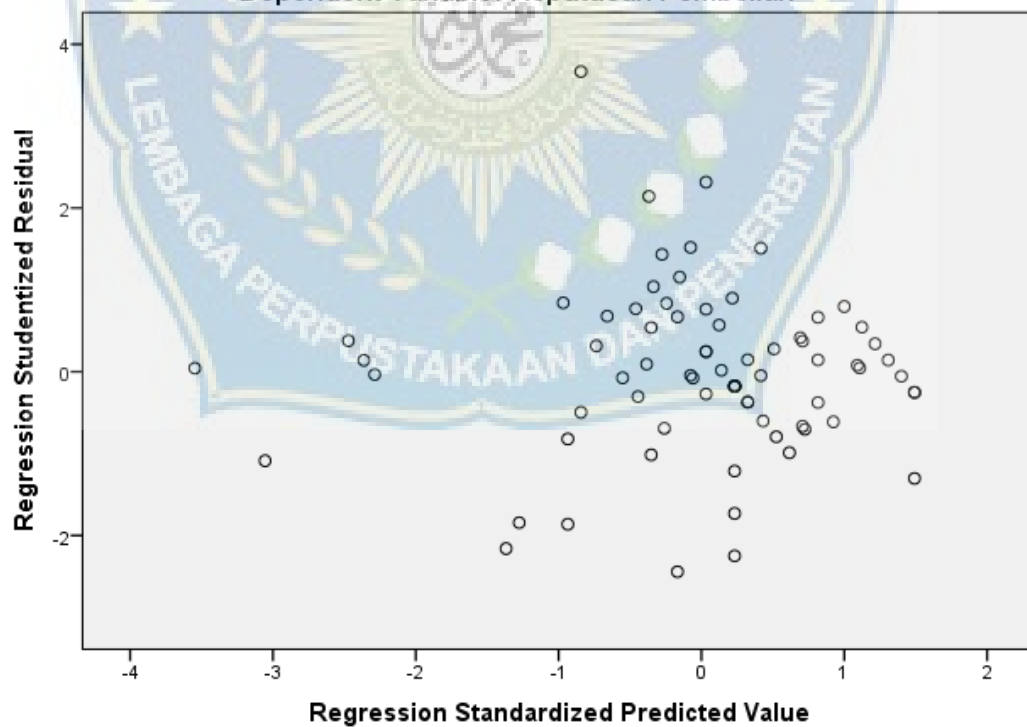
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-.215	1.135		-.189	.851		
1 Kualitas Produk	.375	.092	.336	4.085	.000	.366	2.729
Harga	.816	.109	.614	7.462	.000	.366	2.729

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Heteroskedasitas

Scatterplot

Dependent Variable: Keputusan Pembelian



Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.215	1.135		-.189	.851
1 Kualitas Produk	.375	.092	.336	4.085	.000
Harga	.816	.109	.614	7.462	.000

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.905 ^a	.819	.814	1.94484

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.215	1.135		-.189	.851
1 Kualitas Produk	.375	.092	.336	4.085	.000
Harga	.816	.109	.614	7.462	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Simultan (Uji f)**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1248.042	2	624.021	164.980	.000 ^b
	Residual	276.116	73	3.782		
	Total	1524.158	75			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk



LAMPIRAN 4
SURAT IZIN PENELITIAN



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp. 0866972 Fax (0411) 865588 Makassar 90221 e-mail :lp3m@unismuh.ac.id

Nomor : 3163/05/C.4-VIII/XII/1445/2023

27 Desember 2023 M

Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal

14 Jumadil akhir 1445

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel

Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan

di -

Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 152/05/A.2-II/XII/45/2023 tanggal 28 Desember 2022, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : SUCI RAMADANI

No. Stambuk : 10572 1118720

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAKU FOOD DI KOTA MAKASSAR"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 4 Januari 2024 s/d 4 Maret 2024.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ketua LP3M,



Dr. Muh. Arief Muhsin, M.Pd

NPM 1127761



**PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id
Makassar 90231

Nomor : 1111/S.01/PTSP/2024 Kepada Yth.
Lampiran : - Pimpinan Kaku Food Kota
Makassar
Perihal : Izin penelitian

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 3163/05/C.4-VIII/XII/1445/2023 tanggal 27 Desember 2023 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a : Suci Ramadani
Nomor Pokok : 105721118720
Program Studi : Manajemen
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa (S1)
Alamat : Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

" PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KAKU FOOD KOTA MAKASSAR "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **18 Januari s/d 23 Maret 2024**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada Tanggal 18 Januari 2024

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN**



ASRUL SANI, S.H., M.Si.
Pangkat : PEMBINA TINGKAT I
Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;
2. *Pertinggal.*

LAMPIRAN 5

SURAT BALASAN IZIN PENELITIAN



Makassar, 15 Januari 2024

Lamp :-

Perihal : Surat Keterangan Izin Penelitian

Merujuk perihal pada pokok surat tersebut di atas, tanggal 20 Januari 2024 perihal permohonan surat izin untuk penelitian dari DPM PTSP Provinsi Sulawesi Selatan, mahasiswa peneliti di bawah ini :

Nama : Khalid Abdul Rahman
Jabatan : Owner Kaku Food
Memberikan kepada mahasiswa dibawah ini:
Nama : Suci Ramadani
Nomor Stambuk : 105721118720
Program Studi : Manajemen
Alamat Instansi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Judul Skripsi : " Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kaku Food Kota Makassar

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, pada dasarnya kami menyetujui melakukan penelitian dengan waktu penelitian selama 2 (dua) bulan yang di jadwalkan pada 18 Januari - 24 Maret 2024.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dengan Hormat,

Khalid Abdul Rahman
Owner Kaku Food

LAMPIRAN 6

HASIL TURNITIN



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**

Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin No.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

**UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:**

Nama : Suci Ramadani
Nim : 105721118720
Program Studi : Manajemen

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	10 %	10 %
2	Bab 2	22 %	25 %
3	Bab 3	10 %	10 %
4	Bab 4	7 %	10 %
5	Bab 5	4 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 26 April 2024
Mengetahui,

Kepala UPT Perpustakaan dan Penerbitan,



Muhammad Fauzan, M.I.P.
NPM 064 591

Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222
Telepon (0411)866972,881 593,fax (0411)865 588
Website: www.library.unismuh.ac.id
E-mail : perpustakaan@unismuh.ac.id



Regular

Suci Ramadani 105721118720

BAB I

by Tahap Tutup



Submission date: 26-Apr-2024 10:14AM (UTC+0700)

Submission ID: 2362190317

File name: BAB_I_4.docx (95.84K)

Word count: 1060

Character count: 6885

Suci Ramadani 105721118720 BAB I

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

10%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repositori.usu.ac.id Internet Source		3%
2	www.coursehero.com Internet Source		3%
3	Submitted to Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Student Paper		2%
4	Submitted to Universitas Bengkulu Student Paper		2%
5	123dok.com Internet Source		2%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 25%

Suci Ramadani 105721118720

BAB II

by Tahap Tutup



Submission date: 23-Apr-2024 01:04PM (UTC+0700)

Submission ID: 2359045110

File name: BAB_2_-_2024-04-23T133209.625.docx (65.74K)

Word count: 3384

Character count: 22048



Regular

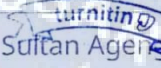
Suci Ramadani 105721118720 BAB II

ORIGINALITY REPORT

22%	22%	6%	18%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	6%
2	repository.uhn.ac.id Internet Source	3%
3	Submitted to Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Student Paper	3%
4	repository.stiewidyagalumajang.ac.id Internet Source	3%
5	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	3%
6	eprints.unmas.ac.id Internet Source	2%
7	repository.ub.ac.id Internet Source	2%



Exclude quotes On Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On

ut
ut
le
o
a

kampus

Suci Ramadani 105721118720

BAB III

by Tahap Tutup



Submission date: 26-Apr-2024 10:16AM (UTC+0700)

Submission ID: 2362192925

File name: BAB_3_-_2024-04-26T111338.702.docx (38.97K)

Word count: 1644

Character count: 10350

Suci Ramadani 105721118720 BAB III

ORIGINALITY REPORT

10%	9%	11%	19%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	2%
2	repositori.buddhidharma.ac.id Internet Source	2%
3	eprints.hamzanwadi.ac.id Internet Source	2%
4	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	2%
5	Submitted to Cerritos College Student Paper	2%

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%

Suci Ramadani 105721118720

BAB IV

by Tahap Tutup

Submission date: 26-Apr-2024 10:17AM (UTC+0700)

Submission ID: 2362194388

File name: BAB_4_-_2024-04-26T111540.093.docx (136.63K)

Word count: 3747

Character count: 21346

Suci Ramadani 105721118720 BAB IV

ORIGINALITY REPORT

7% SIMILARITY INDEX	8% INTERNET SOURCES	2% PUBLICATIONS	2% STUDENT PAPERS
-------------------------------	-------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	repository.ub.ac.id Internet Source	3%
2	123dok.com Internet Source	2%
3	openjournal.unpam.ac.id Internet Source	2%



Exclude quotes Exclude matches < 2%
Exclude bibliography

Suci Ramadani 105721118720

BAB V

by Tahap Tutup



Submission date: 26-Apr-2024 10:18AM (UTC+0700)

Submission ID: 2362195480

File name: BAB_5_-_2024-04-26T111714.708.docx (23K)

Word count: 199

Character count: 1283

Suci Ramadani 105721118720 BAB V

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

digilib.iain-palangkaraya.ac.id

Internet Source

4%




Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%



LAMPIRAN 7 HASIL
VALIDASI DATA DAN VALIDASI ABSTRAK



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PUSAT VALIDASI DATA
Jl. Sultan Alauddin 259 Makassar, Gedung Iqra It. 5/E-mail: pvd.feb@unismuh.ac.id

LEMBAR KONTROL VALIDASI
PENELITIAN KUANTITATIF

NAMA MAHASISWA	Suci Ramadan			
NIM	105721118720			
PROGRAM STUDI	Manajemen			
JUDUL SKRIPSI	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kaku Food Kota Makassar.			
NAMA PEMBIMBING 1	Aulia, S.E., M.Si, M			
NAMA PEMBIMBING 2	Asdar, S.E., M.Si			
NAMA VALIDATOR	Dr. Siti Nurbaya, S.Pd., M.M			
No.	Dokumen	Tanggal Revisi	Uraian Perbaikan/saran	Paraf*
1	Instrumen Pengumpulan data (data primer)	05-03 2024	Terdapat Instrumen Pengumpulan data (data primer) berupa kuisioner	
2	Sumber data (data sekunder)	05-03 2024	Tidak terdapat sumber data (data sekunder)	
3	Raw data/Tabulasi data (data primer)	05-03 2024	Terdapat tabulasi data	
4	Hasil Statistik deskriptif	05-03 2024	Terdapat Hasil Statistik deskriptif	
5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	05-03 2024	Terdapat hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen	
6	Hasil Uji Asumsi Statistik	05-03 2024	Terdapat Hasil Uji asumsi klasik	
7	Hasil Analisis Data/Uji Hipotesis	05-03 2024	Terdapat hasil analisis data/uji hipotesis	
8	Hasil interpretasi data	05-03 2024	Terdapat Hasil interpretasi sesuai dengan olah data	
9	Dokumentasi	05-03 2024	Terdapat dokumentasi proses penelitian	

**Harap validator memberi paraf ketika koreksi telah disetujui*



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PUSAT VALIDASI DATA

Jl. Sultan Alauddin 259 Makassar, Gedung Iqra It. 8 | e-mail: pvd.feb@unismuh.ac.id

LEMBAR KONTROL VALIDASI
ABSTRAK

NAMA MAHASISWA		Suci Ramadani		
NIM		105721118720		
PROGRAM STUDI		Manajemen		
JUDUL SKRIPSI		Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kaku Food Kota Makassar		
NAMA PEMBIMBING 1		Aulin, S.P. M. Si. M		
NAMA PEMBIMBING 2		Asdar, S.E. M. Si.		
NAMA VALIDATOR		Dr. Syahidah Rahmah, S.E.Sy., M.E.I		
No	Dokumen	Tanggal Revisi/Acc	Uraian Perbaikan/saran	Paraf*
1	Abstrak	28/03/2024	<ol style="list-style-type: none"> Gunakan kalimat Main Supervisor (nama pembimbing I) dan Co-Supervisor (nama pembimbing II) Gunakan spasi tunggal dan sesudah jurusan hilangkan tanda koma Sesudah kalimat kata dibimbing oleh gunakan tanda titik dua Judul penelitian, "kata kunci" dan hasilnya ciletak miring 	

*Harap validator memberi paraf ketika koreksi telah disetujui

LAMPIRAN 8
DOKUMENTASI PENELITIAN





BIOGRAFI PENULIS



SUCI RAMADANI, panggilan Uci lahir di Tinimpong, pada tanggal 24 Februari 2002 dari pasangan suami istri Bapak Saharuddin dan Ibu Gusneni. Peneliti adalah anak kedua dari tiga bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Jl Talasapang Raya Blok Dp No. 9, Karunrung, Rappocini Kota Makassar.

Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu SDN 016 Tinimpong Kabupaten Luwu Utara lulus tahun 2014, SMPN 4 Sabbang lulus tahun 2017, SMAN 8 Luwu Utara lulus tahun 2020 dan mulai tahun 2020 mengikuti Program S1 Fakultas Ekonomi Bisnis Program Studi Manajemen Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Fakultas Ekonomi Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.