

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN DAN MINUMAN  
PADA KEDAI RAJAYA KOTA MAKASSAR**

**SKRIPSI**



**MUH.RIJAL**

**105721103319**

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

**KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA**

**JUDUL PENELITIAN:**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN DAN MINUMAN  
PADA KEDAI RAJAYA KOTA MAKASSAR**

**SKRIPSI**

**Disusun dan Diajukan Oleh:**

**MUH.RIJAL**

**NIM 105721103319**

**Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah  
Makassar**

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

**2024**

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

**Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. (QS. Ar Rad: 11)**

**Pintar Orang positif saling mendoakan, orang negatif saling menjatuhkan.  
Orang sukses mengerti pentingnya proses, orang gagal lebih banyak protes.**

### **PERSEMBAHAN**

**Puji syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas Ridho-nya serta karunianya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik.**

**Alhamdulillah Rabbil alamin,**

**Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati dan rasa syukur tiada henti,**

**Skripsi ini kupersembahkan untuk :**

**Kedua orang tuaku tercinta:**

**RONA'**

**EKA YULIANA**

**orang-orang yang saya sayang dan almamaterku**



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

Jl. Sultan Alauddin No.295 gedung igra Lt.7 Tel. (0411)866972 Makassar.



**HALAMAN PERSETUJUAN**

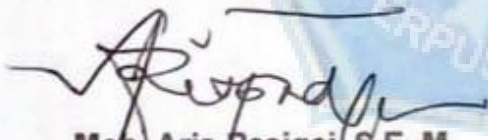
Judul Penelitian : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN DAN  
MINUMAN PADA KEDAI RAJAYA KOTA MAKASSAR  
Nama Mahasiswa : MUH.RIJAL  
No Stambuk/ NIM : 105721103319  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa, dan diujikan didepan  
panitia Penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 28 Februari 2024 di  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 27 April 2024

Menyetujui,

Pembimbing I

  
Mon. Aris Pasigai, S.E.,M.  
NIDN: 0008056301

Pembimbing II


  
Zalkha Soraya, S.E.,M.M  
NIDN: 0904058504

Mengetahui,



Dr. H. Apdi Jam'an, S.E., M.Si.  
NBM:651 507

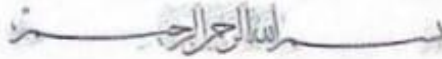
Ketua Program Studi

  
Nasrullah, SE., MM.  
NBM:1151132



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

Jl. Sultan Alauddin No.295 gedung Iara L1.7 Tel. (0411)866972 Makassar



**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi atas Nama: Muh. Rijal, Nim: 105721103319 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor 0004/SK-Y/61201/091004/2024 M, Tanggal 27 Rabiul Akhir 1445 H /11 Desember 2023 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 18 Syawal 1445 H  
27 April 2024 M

**PANITIA UJIAN**

- |                  |  |   |
|------------------|--|---|
| 1. Pengawas Umum | Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag<br>(Rektor Unismuh Makassar)  |   |
| 2. Ketua         | Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si<br>(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)  |  |
| 3. Sekretaris    | Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc<br>(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)  |  |
| 4. Penguji       | 1. Moh. Aris Pasigai, S.E., M.M<br>2. Muh. Nur. R, S.E., M.M<br>3. Sri Andayaningsih, S.E., M.M<br>4. Zalkha Soraya, S.E., M.M |  |

Disahkan Oleh,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar



**Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si.**  
NBM:651 507



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

*Jl. Sultan Alauddin No.295 gedung iqra Lt.7 Tel. (0411)866972 Makassar*

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

**SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muh. Rijal

Stambuk : 105721103319

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Dan Minuman Pada Kedai Rajaya 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, 27 April 2024

Yang Membuat Pernyataan,

**Muh. Rijal**  
NIM: 105721103319

Diketahui Oleh:



**Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si.**  
NBM:651/507

Ketua Program Studi

**Nasrullah, SE., MM.**  
NBM:1151132





**HALAMAN PERNYATAAN**  
**PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

---

---

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

Nama : Muh. Rijal  
NIM : 105721103319  
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 (Nonexclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Dan Minuman Pada Kedai Rajaya 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, 27 April 2024

Yang Membuat Pernyataan,

**Muh. Rijal**  
**NIM: 105721103319**



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh Alhamdulillah puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan dividen, dan keputusan pendanaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia” dapat diselesaikan dengan baik.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan serta dorongan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Dr. H. Andi Jam'an, S.E.,M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Nasrullah, S.E.,M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Moh. Aris Pasigai S.E.,M.M. selaku pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktunya serta dengan ikhlas memberikan bimbingan, petunjuk, dan pengarahan kepada penulis

sehingga skripsi dapat terselesaikan.

5. Bapak Zalkha Soraya S.E.,M.M selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktunya serta dengan ikhlas memberikan bimbingan, petunjuk, dan pengarahan kepada penulis sehingga skripsi dapat terselesaikan.
6. Kedua orang tua saya Rona' dan Eka Yuliana yang telah memberikan segala dukungan, doa dan kasih sayang. Semoga menjadi awal yang baik.untuk kedepannya
7. Terima Kasih kepada Indri, Dedi, Farid ,Fuad, Lisa, Mage yang telah membantu penyelesaian tugas akhir
8. Terima kasih kepada teman-teman ngopi Kedai Rajaya yang selalu memberi semangat.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pihak-pihak yang berkepentingan pada umumnya. Semoga Allah SWT membalas amal dan kebaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini. Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Makassar, 27 April 2024

Muh.Rijal

## ABSTRAK

**MUH. RIJAL, 2023. Pengaruh Kualitas Produk dan harga terhadap Keputusan pembelian pada Kedai Rajaya kota Makassar. Jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Yang dibimbing oleh Pembimbing I Moh Aris Pasigai dan Pembimbing II Zalkha Soraya.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap Keputusan pembelian di kedai Rajaya Kota Makassar. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data penelitian ini diperoleh dari metode penyajian data dari hasil tanggapan responden (kuesioner), serta hasil penelitian lainnya yang relevan dengan objek yang diteliti, metode analisis menggunakan regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa 1).Kualitas produk berpengaruh negative terhadap Keputusan pembelian pada Kedai Rajaya Dimana koefisien variabel sebesar -0,147 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0.00 < 0.05$ ). 2).Harga Tidak terdapat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Rajaya Dimana variabel harga mempunyai Tingkat signifikansi  $0.358 > 0.05$ .

**Kata Kunci :** Kualitas produk, Harga, Keputusan Pembelian



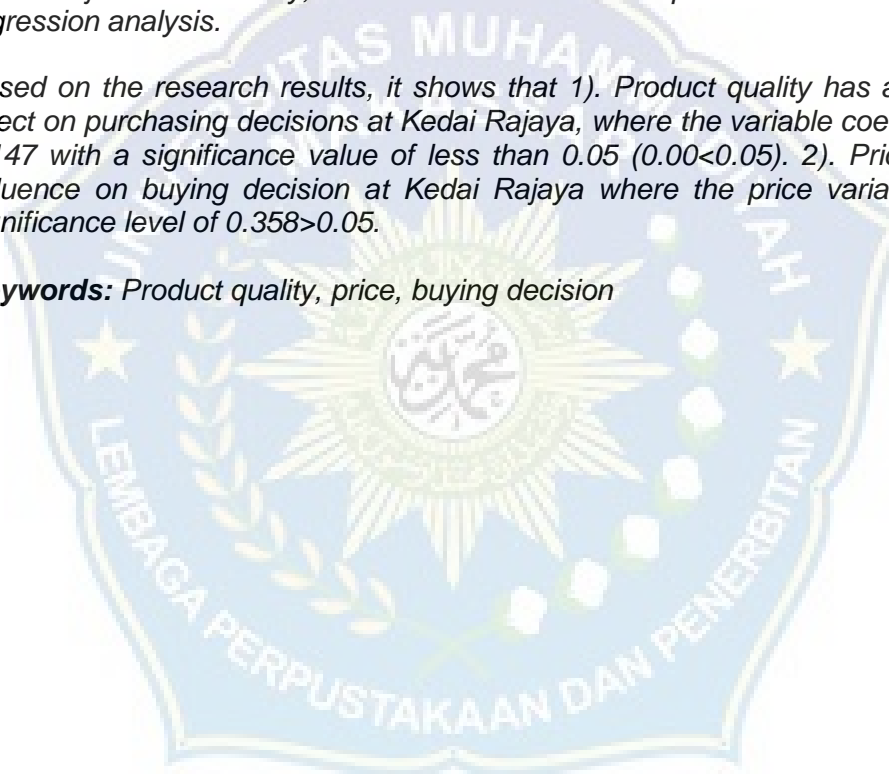
## ABSTRACT

**MUH. RIJAL, 2023. The influence of product quality and price on purchasing decisions at Kedai Rajaya, Makassar City. Department of management, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Guided by Supervisor I Moh Aris Pasigai and Supervisor II Zalkha Soraya.**

*This research aims to analyze the influence of product quality and price on purchasing decisions at the Rajaya shop, Makassar City. This research data was obtained from the method of presenting data from the results of respondents' responses By (questionnaires), as well as other research results that are relevant to the object under study, the data collection technique used is multiple linear regression analysis.*

*Based on the research results, it shows that 1). Product quality has a negative effect on purchasing decisions at Kedai Rajaya, where the variable coefficient is - 0.147 with a significance value of less than 0.05 ( $0.00 < 0.05$ ). 2). Price has no influence on buying decision at Kedai Rajaya where the price variable has a significance level of  $0.358 > 0.05$ .*

**Keywords:** Product quality, price, buying decision



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
A. Tinjauan Teori.....	7
1. Manajemen Pemasaran.....	7
2. Kualitas Produk .....	7
3. Harga .....	12
4. Keputusan Pembelian .....	14
B. Tinjauan Empiris .....	16
C. Kerangka Pikir .....	20
D. Hipotesis .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Lokasi dan Penelitian .....	22
C. Jenis dan Sumber Data .....	23

D. Populasi dan Sampel .....	23
E. Metode Pengumpulan Data .....	24
F. Defenisi Operasional Variabel dan Pengukuran .....	24
G. Metode Analisis data .....	27
H. Uji Hipotesis .....	29
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	30
1. Sejarah Umum Kedai Rajaya .....	30
2. Struktur Organisasi Kedai Rajaya Kota Makassar .....	31
B. Hasil Penelitian .....	31
1. Analisis Deskriptif .....	31
2. Deskripsi Variabel .....	33
3. Uji Kualitas Data .....	38
4. Uji Asumsi Klasik .....	42
5. Analisis Regresi Linear Berganda .....	43
6. Uji Hipotesis .....	44
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	46
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>48</b>
A. Kesimpulan .....	48
B. Saran .....	48
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>49</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Operasional Variabel dan Pengukuran.....	25
Tabel 3.2 Skala Likert.....	26
Tabel 4.1 Responden Jenis Kelamin .....	32
Tabel 4.2 Responden Usia .....	32
Tabel 4.3 Variabel Kualitas Produk.....	33
Tabel 4.4 Variabel Harga.....	35
Tabel 4.5 Variabel Keputusan Pembelian.....	36
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	39
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Harga.....	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	40
Tabel 4.9 Hasil Uji Realibilitas.....	41

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	20
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	31





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner penelitian.....	52
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	56
Lampiran 3 Hasil Olah Data.....	66
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian.....	79
Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian.....	80



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada masa globalisasi seperti saat ini, industri jasa memiliki peran yang sangat penting dalam persaingan dunia bisnis yang semakin bertambah banyak dan mengakibatkan daya persaingannya semakin ketat. Persaingan ini mengharuskan agar pemeran bisnis dapat mengoptimalkan kemampuan kerja perusahaannya, supaya bisa bersaing dan unggul ketimbang yang lainnya. Dalam hal ini, Perusahaan dituntut berstrategi dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki supaya bisa diterima oleh masyarakat. Salah satu kunci yang mesti dicermati dalam menggapai kesuksesan yaitu dilihat dari segi kualitas produk dan Harga.

Sudah menjadi keharusan perusahaan meningkatkan Kualitas Produk yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Terciptanya Keputusan pembelian dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara Perusahaan dan Pelanggan menjadi harmonis, Pelanggan akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyalitas Pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan Perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:299) Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan, dalam penggunaan dan perbaikan.

Kualitas Produk berlaku untuk semua jenis produk yang disediakan

oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan Kepuasan nasabah sangat krusial, karena ada banyak perusahaan yang menanamkan modal sumber daya yang dipunyai dalam ikhtiar untuk mempertahankan kegembiraan nasabah serta terus berikhtiar untuk mencari info bagaimana cara menaikkan kegembiraan nasabah. Pada ikhtiar membentuk korelasi bisnis antara perusahaan dengan nasabah, maka kualitas produk bisa dipergunakan menjadi seni manajemen yang sempurna untuk membangun kegembiraan nasabah dan mempertahankan kesetiaan nasabah. Kualitas Produk dan Harga yang sangat baik akan membangun nilai baik yang bisa membentuk kesetiaan nasabah.

Harga adalah segala bentuk biaya moneter yang di korbakan oleh konsumen untuk memperoleh,memiliki,memanfaatkan sejumlah kombinasi dari kualitas produk. Perhitungan harga pokok produksi (HPP) merupakan hal yang penting untuk diperhatikan dalam menentukan harga jual produk. Perhitungan HPP yang tepat dan akurat merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan, karena tanpa adanya perhitungan HPP yang tepat dan akurat, perusahaan manufaktur yang bersangkutan akan mengalami masalah dalam penentuan harga jual suatu produk untuk mengetahui perhitungan HPP Perusahaan dalam penentuan harga jual dan mengetahui perhitungan/penentuan harga jual produk yang diterapkan Dalam menentukan harga jual produk, perusahaan menggunakan metode cost plus pricing.Pengumpulan biaya produksi dilakukan dengan metode harga pokok proses dengan pendekatan full costing, tujuannya untuk memenuhi persediaan digudang, dan jumlahnya sama dari waktu ke waktu.

Keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dalam

proses keputusan pembelian sebelum perilaku pasca pembelian. Dalam memasuki tahap keputusan pembelian sebelumnya konsumen sudah dihadapkan pada beberapa pilihan alternatif sehingga pada tahap ini konsumen akan melakukan aksi untuk memutuskan untuk membeli produk berdasarkan pilihan yang ditentukan. Berikut ini merupakan beberapa definisi keputusan pembelian

Menurut Fandy Tjiptono dalam jurnal penelitian Pratiwi, Suwendra, Yulianthini (2014) mengemukakan bahwa “Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Di mana, perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut.”. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.. Jika pelayanan baik dan diperhatikan oleh produsen atau perusahaan. Keputusan Pembelian merupakan suatu keputusan final yang di miliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen menggambarkan seberapa jauh pemasar dalam usaha memsarkan suatu produk ke konsumen. Tercapainya keputusan pembelian dari pelanggan bisa memberikan beberapa dampak atau manfaat, antara lain hubungan antara perusahaan dengan konsumen menjadi erat dan dekat, menyampaikan dasar yang baik untuk melakukan pembelian ulang serta terciptanya kesetiaan dari para konsumen, serta menghasilkan penganjuran dari konsumen dari lisan ke lisan yang dapat

memberikan laba lagi bagi perusahaan. Konsumen selalu menghasilkan suatu harapan nilai serta tanggapan atas dasar harapan nilai yang diperoleh, sehingga mengerti suatu tawaran yang sungguh memenuhi harapan nilainya serta sekaligus berpengaruh pada keputusan nasabah yang pada akhirnya seseorang konsumen akan melakukan pembelian ulang.

Pada era milenial saat ini, banyak yang bersemangat membangun hidup mandiri, memiliki penghasilan atau pendapatan sendiri, sehingga banyak para milenial saat ini membuka usaha-usaha kecil yang sering kali kita jumpai di pinggir jalan seperti makanan dan minuman yang juga banyak di gemari oleh para milenial. Seperti yang telah menjadi topik penelitian ini yaitu usaha milik Pemuda milenial yaitu Makanan dan minuman yang di berikan nama Kedai rajaya. Di kedai ini memiliki menu makanan yang bervariasi seperti krepes dan corndog selain makanan di kedai ini juga tersedia minuman seperti ice kopi, cappuccino, ice milo, vanilla, taro, dan beberapa varian rasa lainnya. Produk yang tersedia di kedai ini memiliki rasa yang enak sehingga para konsumen tertarik untuk membelinya kembali. Selain rasa yang enak harga yang ditawarkan juga sangat terjangkau sehingga membuat kedai rajaya mampu bersaing dengan distributor lainnya dan yang menjadi alasan konsumen tertarik dengan kedai ini di karenakan lokasinya yang mudah di jangkau oleh konsumen yang dominan dari kalangan mahasiswa karna lokasi dari kedai ini dekat dari kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sehingga yang menjadi target pasar dari kedai ini adalah kalangan milenial mahasiswa.

Berdasarkan hasil observasi yang telah di lakukan, peneliti menemukan gambaran akan permasalahan yang terjadi pada sebuah bisnis di bidang kuliner khususnya pada usaha makanan dan minuman, seperti

adanya keluhan konsumen mengenai akan banyaknya usaha/bisnis makanan dan minuman dengan model yang sama dan kualitas yang hampir sama, sehingga membuat konsumen bingung dalam memutuskan pembelian karena banyaknya pesaing yang menciptakan produk sejenis. Maka dari itu Kedai Rajaya Di Kota Makassar berupaya meningkatkan kualitas produk dan minat pembeli yang menginginkan produk yang sama tetapi dengan kualitas berbeda dan harga yang terjangkau sehingga kualitas yang di miliki mampu bersaing dengan makanan dan minuman yang ada di kota makassar. Maka berdasarkan fenomena di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Dan Minuman Pada Kedai Rajaya Kota Makassar**”.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Makanan dan Minuman Pada Kedai Rajaya Kota Makassar?
2. Apakah Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Makanan dan Minuman Pada Kedai Rajaya Kota Makassar.

#### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman pada kedai rajaya kota makassar.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman pada kedai rajaya kota makassar.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **a. Bagi Peneliti**

Observasi ini bertujuan agar dapat menambah pemahaman ilmu tentang teori-teori yang telah didapat selama mengikuti kegiatan perkuliahan sehingga peneliti memperoleh pengetahuan secara praktis dan berkesan tentang bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman pada kedai rajaya kota makassar.

##### **b. Bagi Pemasar**

Penelitian ini dilakukan berguna bagi pemasar produk serta memberikan saran dan penilaian bagi pemasar dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat, khususnya melakukan bisnis penjualan dalam menarik konsumen untuk membeli produk.

##### **c. Bagi Akademisi**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat seperti kerangka teori tentang perilaku konsumen dan aspek-aspek yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan pen selanjutnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

## 1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2013:27), bahwa manajemen pemasaran adalah suatu campuran antara seni dengan ilmu mengenai pemilihan target pasar dan menciptakan hubungan yang produktif dengan mereka. Dalam hal ini, manajemen pemasaran meliputi suatu kegiatan yang kompleks, dimulai dari penganalisaan pasar yang dimaksudkan untuk mencari peluang bisnis yang ada dengan menggunakan perencanaan yang cocok dengan tujuan organisasi. Rencana yang sudah jadi tersebut selanjutnya dilaksanakan sehingga menghasilkan produksi yang sesuai dengan permintaan pasar.

Alma (2013:130) juga mengungkapkan bahwa manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasi, dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi. (Ekonomi & Manajemen, 2018)

## 2. Kualitas Produk

### a. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk menurut Kotler dan Amstrong (2014:231) adalah *the characteristics of a product of service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer need*, yang berarti kualitas produk adalah karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Zhang dalam Hartini (2012:83) mengungkapkan bahwa terdapat dua variasi pendekatan dalam kualitas produk yaitu pendekatan kualitas yang



obyektif dan kualitas secara subyektif. Pendekatan obyektif menekankan pada pandangan terhadap kualitas secara internal, melalui pendekatan produksi dan penawaran. Sedangkan pendekatan subyektif menekankan pada kualitas secara eksternal yaitu kesesuaian produk yang dihasilkan dengan pandangan eksternal yaitu keinginan atau harapan konsumen.

Pada saat akan membeli suatu produk hal yang paling diperhatikan oleh calon konsumen adalah kualitas dari produk yang akan dibelinya. Kualitas produk merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian para calon konsumen. Produk dikatakan sebagai apa saja yang dapat ditawarkan oleh produsen kepada konsumen atau pasar untuk dapat dikonsumsi agar dapat memenuhi kebutuhannya dengan cara memberikan sejumlah uang (Daulay & Manaf, 2017).

Kualitas produk (*product quality*) adalah keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang dinyatakan maupun yang tersirat, yang dilakukan secara langsung atau tatap muka antara penjual dengan calon konsumen dalam proses memperkenalkan produk, proses penyampaian informasi kepada konsumen dan membujuk mereka agar membeli produk melalui komunikasi pribadi (Purnama & Rialdy, 2019).

Menurut (Arianty, 2015) kualitas produk adalah sejauh mana ataupun seberapa besar tingkat kelayakan suatu produk atau jasa itu digunakan yang dapat memuaskan konsumen dan mengadakan

perbaikan setidaknya ada yang kurang di sebuah inovasi suatu produk. Dari banyak pendapat peneliti terdahulu dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah hal yang sangat penting baik bagi konsumen ataupun produsen atau perusahaan.

#### **b. Konsep produk**

Menurut (Fandy Tjiptono 2016) menyatakan bahwa secara spesifik, konsep produk terdiri atas 3 level yaitu :

- 1) *Core product*, yakni semua manfaat (*core benefits*) yang ditawarkan produk kepada konsumen
- 2) *Actual product*, yaitu produk fisik atau *delieverd service* yang memberikan manfaat produk
- 3) *Augmented product*, yaitu *actual product* ditambah fitur-fitur pendukung lainnya seperti garansi, fasilitas kredit, layanan antar, instalasi dan reparasi purna beli

#### **c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk**

Menurut (Fandy Tjiptono 2016 ) Kualitas produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor. Pada masa sekarang ini, agar dapat menambah penjualannya dipasaran perusahaan berlomba berfikir untuk dapat mempertahankan kualitas produk yang mereka punya serta meningkatkan kualitasnya, serta menghasilkan inovasi terbaru karena konsumen senantiasa lebih teliti dalam mempertimbangan kualitas produk yang akan dibelinya. Oleh karena itu para pelaku usaha disetiap bidang industri bergantung pada karakteristik produk dan produksinya ialah 6M :

- 1) *Market* (Pasar)

- 2) *Money* (Uang)
- 3) *Management* (Manajemen)
- 4) *Men* (Manusia)
- 5) *Motivation* (Motivasi)
- 6) *Material* (Bahan)

#### **d. Indikator-indikator kualitas produk**

Kualitas produk merupakan driver kepuasan konsumen yang pertama. Menurut Lupiyoadi (2015:177), indikator kualitas produk adalah:

- a. Kinerja (*performance*) adalah dimensi yang paling dasar yang berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut. Konsumen akan sangat kecewa apabila harapan mereka terhadap dimensi ini tidak terpenuhi. Performace pada setiap produk berbeda-beda tergantung functional value yang dijanjikan perusahaan.
- b. Keandalan (*reliability*) adalah dimensi kualitas produk yang kedua. Dimensi performance dan reliability secara sepintas tampak mirip tetapi memiliki perbedaan yang jelas. Reliability menunjukkan probabilitas atau kemungkinan produk berhasil menjalankan fungsi-fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu.
- c. Fitur (*feature*) dapat dikatakan sebagai aspek sekunder. Feature adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan

konsumen terhadap produk. Karena perkembangan feature hampir tidak terbatas jalannya dengan perkembangan teknologi, maka feature menjadi target inovasi para produsen untuk memuaskan konsumen.

- d. Daya Tahan (*durability*) adalah keawetan menunjukkan suatu pengukuran terhadap siklus produk, baik secara teknis maupun waktu. Produk disebut awet kalau sudah berulang kali digunakan atau sudah lama sekali digunakan. Yang pertama adalah awet secara teknis dan yang kedua adalah awet secara waktu. Bagi konsumen, awet secara waktu lebih mudah dimengerti karena sebagian besar produk yang menjanjikan keawetan lebih menonjolkan keawetan dalam hal waktu. Tingkat kepentingan dimensi ini berbeda untuk target pasar yang berbeda sangat mungkin terjadi pergeseran dari waktu ke waktu karena perubahan pasar dan persaingan.
- e. Kesesuaian (*conformance*) menunjukkan seberapa jauh suatu produk dapat menyamai standar atau spesifikasi tertentu. Produk yang memiliki *conformance* yang tinggi berarti sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Salah satu aspek dari *conformance* adalah konsistensi.

### **3. Harga**

#### **a. Pengertian Harga**

Pengertian Harga Menurut Tjiptono (2013) Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa

lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga tentu sangat penting dalam kesepakatan jual-beli dari produsen ke konsumen. Melalui penetapan harga, timbullah sebuah tujuan dari penetapan harga tersebut.

Menurut Buchari Alma, (2011) harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen. Menurut Assauri (2014), harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Sedangkan menurut P. dan G. A. Kotler (2012) Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk. Fandy Tjiptono, (2016) Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Menurut Swastha dalam Rondonuwu, (2013) Harga merupakan bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk.

Menurut Kotler dan Keller (2014) perception adalah proses

memilih, mengatur, dan menerjemahkan informasi untuk menciptakan gambaran dunia. Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilingi kondisi pada dalam diri kita. Menurut Tjiptono (2013) persepsi harga adalah berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi mereka. Sedangkan menurut jurnal Fajar dan Nurhadi (2015) "harga dalam sudut pandang pemasaran merupakan suatu moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa.

#### **b. Indikator-Indikator harga**

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Krisdayanto (2018) harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Perusahaan harus mempertimbangkan banyak faktor dalam menetapkan kebijaksanaan harga, yaitu

1. Keterjangkauan Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan dengan target segmen pasar yang dipilih.
2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk Penilaian konsumen terhadap besarnya pengorbanan finansial yang diberikan dalam kaitannya dengan spesifikasi yang berupa kualitas jasa. Harga yang ditawarkan pada konsumen sesuai dengan kualitas jasa yang ditawarkan

3. Daya Saing Harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata.

#### **4. Keputusan Pembelian**

##### **a. Pengertian Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler dan Amstrong (2014) Keputusan Pembelian adalah tahap dalam suatu proses pengambilan keputusan pembeli di mana pembeli itu benar-benar akan membeli suatu produk.

Menurut Koesoemaningsi (2013) Setiap produsen pasti menjalankan berbagai strategi agar konsumen memutuskan untuk membeli produknya. Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013) Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk seperti citra merek dan kesadaran akan merek. citra merek dapat positif maupun negatif, tergantung pada persepsi seseorang terhadap merek.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016) Tingginya tingkat persaingan, mengindikasikan banyaknya brand produk dengan jenis yang sama, yang beredar di pasaran. Hal itu menyebabkan persaingan antar brand menjadi sangat tinggi. oleh karena itu, perlunya untuk menciptakan brand image yang baik dimata konsumen menjadi sangat penting. Brand image adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Maka semakin baik citra merek produk yang dijual, maka semakin tinggi

keputusan pembelian oleh konsumen. Citra merek produk yang baik tentulah tidak didapat dengan mudah oleh pemasar pada masa kini.

Menurut Kotler dan Keller (2016) keputusan pembelian merupakan tahapan evaluasi pelanggan membentuk preferensi di antara merek – merek serta pilihan dan juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. Menurut Kotler dan Armstrong mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah tentang keputusan pembeli tentang merek mana yang akan dibeli.

**b. Indikator-indikator keputusan pembelian**

Keputusan pembelian adalah respon dimana konsumen mengenali suatu masalah, mencari sebuah informasi, mengevaluasi sebuah alternatif, memutuskan membeli dan tindakan atau perilaku setelah pembelian. Untuk indikator dari keputusan pembelian (Kotler dan Keller, 2019:184), yakni sebagai berikut:

- a. pencarian sebuah informasi; Bila dorongan konsumen kuat dan produk yang dibutuhkan ada dalam jangkauan, konsumen kemungkinan akan membelinya. Seorang konsumen yang sudah terkait mungkin mencari lebih Banyak informasi.
- b. evaluasi terhadap alternatif; Tahap dari proses keputusan membeli yaitu ketika konsumen menggunakan informasi atau mengevaluasi merek alternatif dalam seperangkat pilihan.
- c. melakukan keputusan pembelian; Konsumen mengevaluasi



alternative barang yang akan dibeli, dalam beberapa keadaan menggunakan perhitungan dengan cermat dan pemikiran logis, mereka membeli berdasarkan Dorongan sesaat atau tergantung pada instusi.

- d. perilaku pasca pembelian Konsumen mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli berdasarkan pada rasa puas atau tidak puas

## B. Tinjauan Empiris

Menurut Sugiyono (2013) empiris adalah suatu cara atau metode yang dilakukan yang bisa diamati oleh indra manusia, sehingga cara atau metode yang digunakan tersebut bisa diketahui dan diamati juga oleh orang lain. Berikut ini adalah pemaparan para penulis yang telah melakukan penelitian

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti dan Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Sinta Yuliana, Ali Maskur (2022)	Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Sinestesa Coffeeshop Pati)	Deskriptif kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan lokasi berpengaruh positif dan

				signifikan terhadap keputusan pembelian.
2.	Bayu Sutrisna Aria Sejati (2016)	pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada starbucks	Kuantitatif	Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan nilai koefisien determinasi parsial kualitas produk menjadi variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian.
3.	Putu Vivin Tannia , Ni Nyoman Yulianthini (2021)	pengaruh kualitas produk, desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda merek pcx	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas produk, desain produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) desain produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (4) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
4.	Alvina Rahma Anggraeni & Euis Soliha (2020)	Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh, citra merek, dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
5.	Niken Ayu Lestari, Sri Setyo Iriani(2018)	pengaruh kepercayaan dan kemudahan	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh

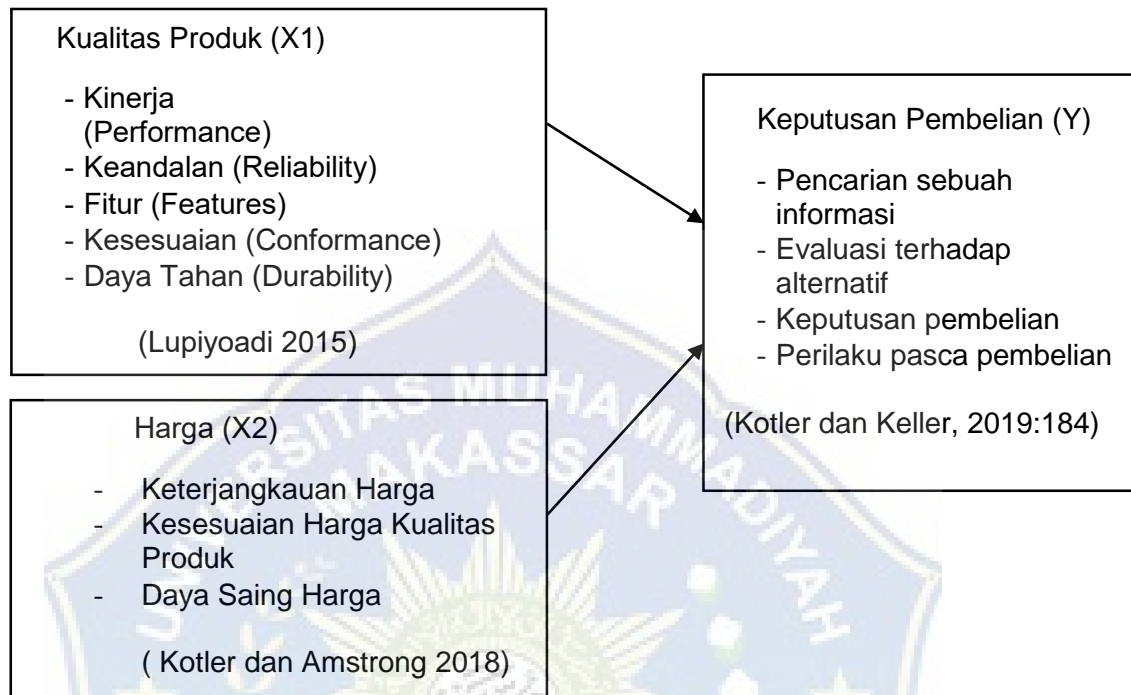
		transaksi terhadap keputusan pembelian secara online pada situs mataharimall.com		yang signifikan terhadap kepercayaan dan kemudahan transaksi pembelian secara online pada situs MatahariMall.com.
6.	Robert Gain,Christian Herdinata,dan Krismi Budi Sienatra (2017)	pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen vodkasoda shirt	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Vodkasoda Shirt dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Vodkasoda Shirt
7.	Rissa Mustika, Prihartono (2021)	Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (survey pelanggan produk sprej rise	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada saat yang sama dua faktor bebas yang dipertimbangkan, yakni harga serta kualitas suatu produk mempengaruhi keputusan dari suatu pembelian dengan koefisien determinasi yakni 46,1%, sedangkan 53,9% lainnya disebabkan oleh beberapa faktor lain yang tidak dianalisa.
8.	Candra Alfian, Bonifasius MH Nainggolan (2022)	Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Steak 21 Mall Kota Kasablanka	Kuantitatif	Maka kualitas produk, persepsi harga dan cita merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli di Steak 21 mall Kota Kasablanka.
9.	Diapinsa Gema Zakaria (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan,Kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan	Kuantitatif	Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel-variabel yang digunakan dalam model penelitian ini yaitu kualitas pelayanan,

				kualitas produk dan harga masing-masing mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi taksi Blue Bird di Surabaya. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga maka kepuasan pelanggan semakin meningkat terhadap kepuasan pelanggan.
10.	Marlina. C. Rangian Rudy. S. Wenas Debry Ch. A. Lintong (2022)	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Ms Glow Skincare Di Kota Tomohon	Kuantitatif	.Hasil penelitian menunjukkan bahwa, secara parsial dan simultan kualitas produk, persepsi harga berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian produk. Kecuali untuk variabel Brand Ambassador berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk MS Glow Skincare di Kota Tomohon.

### C. Kerangka Pikir

Kerangka konsep atau kerangka pemikiran menurut sugiyono 2019, Merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai factor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting Tujuannya di sini adalah untuk memastikan bahwa konsumen senang dengan pembelian. Untuk memudahkan dalam penyusunan proposal maka penulis menggunakan acuan dalam kerangka pikir dapat

dilihat melalui skema berikut:



**Gambar 2.2 Kerangka pikir**

#### D. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2012), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik, Hipotesis hanyalah solusi jangka pendek untuk suatu masalah. Dalam perjalanan penyelidikan ini, hipotesis berikut dirumuskan:

- H1: Diduga bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman pada kedai rajaya kota makassar.
- H2: Diduga terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman pada kedai rajaya kota makassar.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskripsi kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan subjek atau objek pada saat sekarang dengan tidak menyimpang dari kondisi yang sesungguhnya atau berdasarkan fakta yang ada. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka serta analisis menggunakan statistik (Sugiyono,2017:7).

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi penelitian**

Lokasi penelitian ini adalah Kedai Rajaya Jl. Tallasalapang I kota Makassar. Peneliti mengambil lokasi di Kedai rajaya ini karena selain tempatnya yang strategis seperti dekat dari tempat keramaian terkhususnya kampus Universitas Muhammadiyah Makassar, peneliti juga ingin mengetahui seberapa berpengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Kedai Rajaya di kota Makassar karena bagi seorang pebisnis itu adalah sebuah kunci dari berkembangnya usaha.

##### **2. Waktu Penelitian**

waktu ini direncanakan selama dua bulan yaitu dari bulan oktober 2023 sampai dengan bulan desember 2023.

### **C. Jenis dan sumber data**

#### 1. Jenis data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah data yang diperoleh dalam bentuk informasi, baik secara lisan maupun tulisan.-

#### 2. Sumber Data

##### a. Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari sumber atau objek penelitian. Sumber data primer dalam penelitian adalah berupa tanggapan atau pendapat dari para responden pelanggan pada kedai rajaya .kota makassar.

##### b. Data Sekunder

Data Sekunder, yaitu data pendukung bagi data primer yang diperoleh dari bahan-bahan literatur, seperti dokumen-dokumen serta laporan-laporan yang berhubungan dengan pembahasasan penelitian ini.

### **D. Populasi Dan Sampel**

#### 1. Populasi

Populasi adalah gabungan seluruh elemen dimiliki serangkaian karakteristik serupa, yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran.(Malhotra, 2009; 364). Populasi yang dipilih penulis adalah konsumen yang membeli atau menggunakan produk Kedai Rajaya, jadi populasi dalam penelitian ini sifatnya tidak terbatas atau tidak diketahui.

#### 2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Dapat disimpulkan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil representatif



dari populasi yang akan diteliti (Arikunto,2019). Dalam penelitian ini penelitian menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu *accidental sampling*. *accidental sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2018 :120). Sampel dalam penelitian ini adalah orang atau konsumen yang kebetulan datang dan membeli produk dari kedai Rajaya di Kota Makassar diwaktu peneliti sedang melakukan penelitian yang berjumlah 60 orang pelanggan selama proses penelitian dari bulan November sampai desember.

#### **E. Metode Pengumpulan Data**

##### 1. Kuisisioner

Teknik atau cara pengumpulan data secara tidak langsung dengan cara membagi daftar pertanyaan kepada responden agar memberikan jawabannya.

##### 2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan cara menelusuri atau mereview dokumen-dokumen atau catatan-catatan yang dianggap penting.

##### 3. Observasi

Observasi merupakan metode penelitian dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian.

#### **F. Definisi operasional variabel dan pengukuran**

##### 1. Defenisi operasional variabel

Operasional variabel digunakan agar tidak menimbulkan penafsiran ganda yaitu dengan memberikan batasan terhadap variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

**Tabel 3.1**

## Definisi operasional variable

No	Variabel	Definisi Oprasional	Indikator
1.	Kualitas Produk (X1)	adalah keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang dinyatakan maupun yang tersirat, yang dilakukan secara langsung atau tatap muka antara penjual dengan calon konsumen dalam proses memperkenalkan produk, proses penyampaian informasi kepada konsumen dan membujuk mereka agar membeli produk melalui komunikasi pribadi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kinerja (Performance)</li> <li>- Keandalan (Reliability)</li> <li>- Fitur (Features)</li> <li>- Kesesuaian (Conformance)</li> <li>- Daya Tahan (Durability)</li> </ul>
2.	Harga(X2)	harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keterjangkauan Harga</li> <li>- Kesesuaian Harga Kualitas Produk</li> <li>- Daya Saing Harga</li> </ul>

3.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian adalah tahap dalam suatu proses pengambilan keputusan pembeli di mana pembeli itu benar-benar akan membeli suatu produk.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pencarian sebuah informasi</li> <li>- Evaluasi terhadap alternatif</li> <li>- Keputusan pembelian</li> <li>- Perilaku pasca pembelian</li> </ul>
----	-------------------------	--	---

## 2. Pengukuran Variabel

Teknik pengukuran data dalam penelitian ini yaitu menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2017: 134) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk setiap pertanyaan atau pernyataan responden harus mendukung sebuah pertanyaan untuk dipilih. Dengan skala likert responden memilih jawaban dari variabel yang dipecah menjadi bagian dari indikator variabel, masing-masing indikator variabel mempunyai instrumen yang dijadikan tolak ukur dalam sebuah pertanyaan atau pernyataan

**Table 3.2**  
Skala likert

Pernyataan	Bobot
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

## **G. Metode Analisis Data**

### **1. Uji Kualitas Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik kuantitatif, yaitu suatu pengukuran yang digunakan dalam suatu penelitian yang dapat dihitung dengan jumlah satuan tertentu atau dinyatakan dalam angka-angka, analisis ini meliputi pengolahan data, pengorganisasian data dan penemuan hasil.

#### **1. Uji validitas**

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Indikator dalam kuesioner dapat dikatakan valid apabila nilai  $r$  hitung hasilnya lebih besar dari  $r$  tabel, dan dikatakan tidak valid apabila nilai  $r$  hitung kecil dari  $r$  tabel. Jika nilai validitas setiap jawaban yang didapatkan ketika memberikan daftar pernyataan nilainya lebih besar dari 0,3 maka item pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid (Sugiyono, 2016).

#### **b. Uji Realibilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran dari kuesioner dalam penggunaan yang berulang. Pada uji reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis Alpha Cronbach. Dimana apabila suatu variabel menunjukkan nilai Alpha Cronbach  $>0,60$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dikatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur, Sebaliknya, jika koefisien Cronbach Alpha  $\leq 0,60$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dikatakan tidak reliabel atau konsisten dalam mengukur (Putri, 2015).

## 2. Uji Deskriptif

Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner berbentuk skala, Skala pengukuran termasuk peluang untuk dipakai sebagai dasar penentuan selang waktu didalam suatu alat ukur sehingga bisa menghasilkan data kuantitatif pada saat dipakai dalam alat ukur tersebut.

## 3. Asumsi Klasik

### a Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan dependen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Alat analisis yang dapat digunakan adalah dengan melihat tampilan plot atau data dapat juga menggunakan uji kolmogorov smirnov. Data analisis dengan bantuan komputer program SPSS. Data pengambilan keputusan berdasarkan probabilitas lebih besar dari 0,05 maka data dalam penelitian berdistribusi normal.

### b Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dapat melihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Nilai yang biasanya digunakan untuk menunjukkan multikolinieritas yaitu nilai tolerance  $\leq 0,10$ .

## 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Model analisis linier berganda bertujuan guna mengetahui apakah dua ataupun lebih variabel bebas mempunyai pengaruh signifikan secara persial ataupun simultan terhadap variabel terkait. didalam penelitian ini pengaruh kualitas produk (X1) dan Harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Persamaan Regresi Linier Berganda:

Dimana:  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

Y = Keputusan Pembelian  
 $\alpha$  = Konstanta  
 $b_1, b_2, b_3$  = Koefisien Regresi  
 X1 = Kualitas Produk  
 X2 = Harga  
 e = error

#### H. Uji Hipotesis

##### a. Uji Parsial

Uji t-statistik pada dasarnya terlihat tingkat pengaruh suatu variabel penjelas guna menjelaskan variasi variabel terkait. guna mengetahui apakah hipotesis diterima, dilakukan uji-t membandingkan hasil t hitung dan t tabel.

##### b. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dipakai guna memprediksi seberapa besarkah kontribusi variabel independen ataupun variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), serta nilai koefisien determinasi terlihat bag pengaruh variabel X memberi kontribusi pada saat yang bersama ada di variabel Y (bersama-sama) untuk tujuan pengecekan.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

## A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

### 1. Sejarah Umum Kedai Rajaya

Kedai Kopi di Indonesia kini jumlahnya sudah tak dapat dihitung dengan jari. Kopi kini sudah tidak lagi sebatas secangkir minuman yang dinikmati kala senja oleh kalangan lansia, tetapi sudah menjadi gaya hidup bagi kalangan anak muda. Mulai dari sekedar ngobrol, nongkrong, mengerjakan tugas kuliah dan kantor, serta kegiatan lainnya rasanya tidak afdal jika tidak dikerjakan di kedai kopi.

Kedai kopi bahkan sekarang dijajakn di pinggir jalan dengan konsep modern, desain kekinian dan merek yang beraneka ragam demi menarik Mangsa pasar gerobak.

Ditengah perkembangan industri kopi yang melesat, kopi klasik tetap memiliki ruang special dihati para penikmat kopi sejati. Kedai kopi klasik biasanya lebih banyak menyajikan cita rasa khas kopi Indonesia ketimbang kopi-kopi dengan variasi rasa kekinian.

Kedai kopi Rajaya yang berlokasi di Talasalapang tepat di samping kampus Unismuh Makassar didirikan oleh Jaya pada tahun 2016. Kedai yang sudah berusia 8 tahun ini terkenal dengan beraneka ragam menu baik dari minuman hingga cemilan yang menjadi kegemaran anak jaman sekarang.

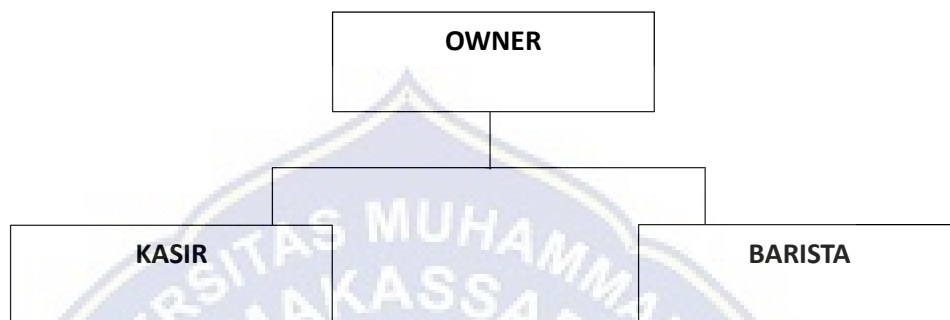
Kedai rajaya merupakan salah satu kedai pinggiran yang tidak sedikit peminatntya. Kedai rajaya banyak diminati terutama dikalangan mahasiswa kampus Unismuh Makassar.

Adapun beberapa minuman favorite pelanggan di Kedai Rajaya yaitu Es kopi, Es teh dan Es jeruk. K<sup>30</sup> ya terkadang juga dijadikan tempat

nongkrong oleh anak kalangan remaja. Kedai rajaya bisa dikunjungi dari jam 10.00-22.00.

## 2. Struktur Organisasi Kedai Rajaya Kota Makassar

Struktur organisasi yang di miliki kedai kedai rajaya sebagai berikut :



**Gambar 4.1 Struktur Organisasi**

## B. Hasil Penelitian

### 1. Analisis Deskriptif

Penelitian ini menguraikan tentang Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap Keputusan pembelian makanan dan minuman pada kedai rajaya kota makassar. Hal ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap Keputusan pembelian.

#### a. Deskripsi Responden

Gambaran umum responden ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik penerima kuesioner yang dipilih sebagai responden. Pelaksanaan penelitian ini ditetapkan sebanyak 60 responden. Karakteristik responden dibutuhkan untuk melengkapi analisis data penelitian agar kesimpulan yang dikemukakan sesuai dengan kenyataan. Karakteristik yang dimaksud antara lain :

1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin Jenis kelamin responden dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi 2 bagian yaitu



kelompok laki-laki dan perempuan. Untuk lebih jelasnya akan disajikan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat pada table berikut ini:

**Tabel 4.1**

Jenis Kelamin	Frekuensi (f)	Presentase (%)
Perempuan	31	51,7%
Laki-laki	29	48,3%
Total	60	100%

Dari table diatas, dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Maka 60 orang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini, di dominasi oleh perempuan sebanyak 31 responden dengan presentase sebesar 51,7%, sedangkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 29 responden dengan presentase 48,3%. Hal ini menunjukkan rata-rata pelanggan pada Kedai Rajaya didominasi oleh perempuan disbanding laki-laki.

## 2. Usia

**Tabel 4.2**

Usia Responden	Frekuensi (f)	Presentase (%)
< 20 tahun	15	25%
20-30 tahun	45	75%
Total	60	100%

Berdasarkan table diatas maka diperoleh hasil dari karakteristik responden dari segi usia, table diatas menunjukkan bahwa untuk kategori usia terbanyak yaitu pada usia 20-30 tahun dengan 45 responden atau 75%, sedangkan usia <20 tahun sebanyak 15 responden atau 25%.

## 2. Deskripsi Variabel

### a. Variabel Kualitas Produk (X1)

Berdasarkan jawab responden terhadap kualitas produk dapat di gambarkan lewat tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.3**

Butir Pernyataan	SS(5)		S(4)		N(3)		TS(2)		STS(1)		Total Nilai	Rata-Rata Nilai
	F	N	F	N	F	N	F	N	F	N		
X1.1	8	40	27	108	25	75	0	0	0	0	223	3,71
X1.2	8	40	27	108	25	75	0	0	0	0	223	3,71
X2.1	5	25	53	212	2	6	0	0	0	0	243	4,05
X2.2	1	5	58	232	1	3	0	0	0	0	240	4
X3.1	1	5	59	236	0	0	0	0	0	0	241	4,01
X3.2	3	15	57	228	0	0	0	0	0	0	243	4,05
X4.1	1	5	53	212	6	18	0	0	0	0	235	3,91
X4.2	6	30	52	208	2	6	0	0	0	0	244	4,06
X5.1	6	30	52	212	1	3	0	0	0	0	245	4,08
X5.2	6	30	50	200	4	12	0	0	0	0	242	4,03
TOTAL RATA-RATA NILAI VARIABEL											2.379	39,6
RATA-RATA NILAI VARIABEL												3,96

Dari tabel diatas terkait rekapitulasi Kualitas Produk dapat dilihat jumlah total skor sebesar 2.379 dan dapat diketahui nilai tertinggi dan nilai terendah sebagai berikut :

$$\text{Nilai maksimal} = 10 \times 5 \times 60 = 3000$$

$$\text{Nilai minimal} = 10 \times 1 \times 60 = 600$$

$$\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal} = 3000 - 600 = 2400 = 480$$

Item 5 5

Untuk mengetahui tingkat rekapitulasi jawaban responden terhadap Kualitas produk Makanan dan Minuman Pada Kedai Rajaya Kota Makassar, Maka dapat ditentukan sebagai berikut:

Sangat baik = 3000 – 2500

Baik = 2500 – 2000

Cukup Baik = 2000 – 1500

Kurang Baik = 1500 – 1000

Tidak Baik = 500 – 0

Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden menunjukkan bahwa Kualitas Produk makanan dan minuman pada kedai Kajaya Kota Makassar masuk dalam kategori “Sangat Baik” sesuai dengan yang diharapkan dan adapun tanggapan responden yang menunjukkan nilai tertinggi ada pada indikator (X5.1) dengan total skor yang didapatkan sebanyak 245 dan nilai rata-rata 4.08.

b. Variabel Harga (X2)

Berdasarkan Jawab Responden Terhadap Harga dapat di Gambarkan Lewat Tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.4**

Butir Pernyataan	SS(5)		S(4)		N(3)		TS(2)		STS(1)		Total Nilai	Rata-Rata Nilai
	F	N	F	N	F	N	F	N	F	N		
X2.2.1	10	50	50	200	0	0	0	0	0	0	250	4,16
X2.2.2	13	65	46	184	1	3	0	0	0	0	252	4,2
X2.2.3	15	75	37	148	8	24	0	0	0	0	247	4,11

X2.2.4	7	35	53	212	0	0	0	0	0	0	247	4,11
X2.2.5	21	105	37	148	2	6	0	0	0	0	259	4,31
X2.2.6	19	95	38	152	3	9	0	0	0	0	256	4,26
TOTAL RATA-RATA NILAI VARIABEL											1.511	25,15
RATA-RATA NILAI VARIABEL												4,19

Dari tabel diatas terkait rekapitulasi Kualitas Produk dapat dilihat jumlah total skor sebesar 1.511 dan dapat diketahui nilai tertinggi dan nilai terendah sebagai berikut:

$$\text{Nilai maksimal} = 6 \times 3 \times 60 = 1080$$

$$\text{Nilai minimal} = 6 \times 1 \times 60 = 360$$

$$\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal} = \frac{1800}{3} - \frac{360}{3} = 480$$

Untuk mengetahui tingkat rekapitulasi jawaban responden terhadap Harga Makanan dan Minuman Pada Kedai Rajaya Kota Makassar, Maka dapat ditentukan sebagai berikut:

$$\text{Sangat baik} = 1080 - 1000$$

$$\text{Baik} = 1000 - 800$$

$$\text{Cukup Baik} = 800 - 700$$

$$\text{Kurang Baik} = 700 - 500$$

$$\text{Tidak Baik} = 500 - 300$$

Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden menunjukkan bahwa

Kualitas Produk makanan dan minuman pada kedai Kajaya Kota Makassar masuk dalam kategori “Sangat Baik” sesuai dengan yang diharapkan dan adapun tanggapan responden yang menunjukkan nilai tertinggi ada pada indikator harga produk lebih murah dari yang lain (X2.2.5) dengan total skor yang didapatkan sebanyak 259 dan nilai rata-rata 4.31.

c. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan jawab responden terhadap Keputusan pembelian dapat di gambarkan lewat tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.5**

Butir Pernyataan	SS(5)		S(4)		N(3)		TS(2)		STS(1)		Total Nilai	Rata- Rata Nilai
	F	N	F	N	F	N	F	N	F	N		
Y1.1	27	135	32	128	1	3	0	0	0	0	266	4,43
Y1.2	26	130	34	136	0	0	0	0	0	0	266	4,43
Y2.1	28	140	32	128	0	0	0	0	0	0	268	4,46
Y2.2	21	105	38	152	1	3	0	0	0	0	260	4,33
Y3.1	35	175	24	96	1	3	0	0	0	0	274	4,56
Y3.2	27	135	31	124	2	6	0	0	0	0	265	4,41
Y4.1	33	165	27	108	0	0	0	0	0	0	273	4,55
Y4.2	28	125	32	128	0	0	0	0	0	0	253	4,21
<b>TOTAL RATA-RATA NILAI VARIABEL</b>											2.125	35,38
<b>RATA-RATA NILAI VARIABEL</b>												4,42

Dari tabel diatas terkait rekapitulasi Kualitas Produk dapat dilihat jumlah total skor sebesar 2.125 dan dapat diketahui nilai tertinggi dan nilai terendah

sebagai berikut:

$$\text{Nilai maksimal} = 8 \times 4 \times 60 = 1920$$

$$\text{Nilai minimal} = 8 \times 1 \times 60 = 480$$

$$\frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{\text{Item}} = \frac{1920 - 480}{4} = 360$$

Untuk mengetahui tingkat rekapitulasi jawaban responden terhadap Harga Makanan dan Minuman Pada Kedai Rajaya Kota Makassar, Maka dapat ditentukan sebagai berikut:

$$\text{Sangat baik} = 1920 - 1500$$

$$\text{Baik} = 1500 - 1000$$

$$\text{Cukup Baik} = 1000 - 500$$

$$\text{Kurang Baik} = 500 - 300$$

$$\text{Tidak Baik} = 300 - 0$$

Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden menunjukkan bahwa Kualitas Produk makanan dan minuman pada kedai Kajaya Kota Makassar masuk dalam kategori "Sangat Baik" sesuai dengan yang diharapkan dan adapun tanggapan responden yang menunjukkan nilai tertinggi ada pada indikator harga produk lebih murah dari yang lain (Y3.1) dengan total skor yang didapatkan sebanyak 274 dan nilai rata-rata 4.56.

### 3. Uji Kualitas Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Teknik kuantitatif, yaitu suatu pengukuran yang digunakan dalam suatu penelitian yang dapat dihitung dengan jumlah satuan tertentu atau dinyatakan dalam angka-angka, analisis ini meliputi pengolahan data, pengorganisasian data dan penemuan hasil

#### a. Uji Validitas

Uji Validitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Mengukur validitas dapat menggunakan Pearson Correlation dan dilakukan dengan cara melakukan korelasi bivariative antara masing-masing skor indicator pernyataan terhadap total konstruk dengan menunjukkan hasil yang signifikan yaitu dibawah 0,05 atau 5% (Imam Ghozali, 2011:53). Jika masing-masing indicator pernyataan mempunyai Tingkat signifikansi dibawah 0,05 berarti dikatakan valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan dasar pengambilan Keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  table, maka pernyataan dalam kuesioner tersebut dinyatakan valid, sedangkan
2. Jika nilai  $r$  hitung  $<$  dari nilai  $r$  table, maka pernyataan dalam kuesioner dinyatakan tidak valid.

Jumlah sampel yang digunakan dalam uji validitas ini adalah data dari 60 responden penelitian pada Tingkat signifikansi 0,05% yang juga dilihat dari nilai  $r$  table yang ditemukan pada 0,273 setelah diketahui angka  $r$  table maka selanjutnya akan dibandingkan dengan nilai  $r$  hitung yang diperoleh berdasarkan hasil olah data SPSS.

**Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk**

Pernyataan	$r$ hitung	$r$ tabel	Keterangan
X1.1	0,768	0,273	Valid
X1.2	0,768	0,273	Valid
X2.1	0,611	0,273	Valid
X2.2	0,340	0,273	Valid
X3.1	0,611	0,273	Valid

X3.2	0,768	0,273	Valid
X4.1	0,521	0,273	Valid
X4.2	0,614	0,273	Valid
X5.1	0,521	0,273	Valid
X5.2	0,611	0,273	Valid
Total X1	1	0,273	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas diatas, menunjukkan bahwa seluruh nilai r hitung variable penelitian (kualitas produk) yang digunakan menghasilkan nilai r hitung yang lebih besar dari table ( $r \text{ hitung} > r \text{ table}$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada variabel kualitas produk dianggap valid.

**Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Harga**

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.2	0,530	0,273	Valid
X2.2	0,490	0,273	Valid
X2.3	0,692	0,273	Valid
X2.4	0,498	0,273	Valid
X2.5	0,521	0,273	Valid
X2.6	0,481	0,273	Valid
Total X2	1	0,273	valid

Berdasarkan hasil uji validitas diatas, menunjukkan bahwa seluruh nilai r hitung variable penelitian (kualitas produk) yang digunakan menghasilkan nilai r hitung yang lebih besar dari table ( $r \text{ hitung} > r \text{ table}$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada variabel kualitas produk dianggap



valid.

**Tabel 4.8 Hasil uji validitas Keputusan Pembelian**

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1.1	0,487	0,273	Valid
Y1.2	0,504	0,273	Valid
Y2.1	0,480	0,273	Valid
Y2.2	0,615	0,273	Valid
Y3.1	0,699	0,273	Valid
Y3.2	0,664	0,273	Valid
Y4.1	0,384	0,273	Valid
Y4.2	0,388	0,273	Valid
Total Y	1	0,273	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas diatas, menunjukkan bahwa seluruh nilai r hitung variable penelitian (kualitas produk) yang digunakan menghasilkan nilai r hitung yang lebih besar dari table (r hitung > r table) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada variabel kualitas produk dianggap valid.

#### b. Uji Realibilitas

Uji realibitas merupakan alat ukur suatu kuesioner yang merupakan yang merupakan indikator dalam suatu variabel. Sebuah kuesioner dinyatakan variabel apabila jawaban yang diperoleh dari responden penelitian tersebut konsisten dari waktu ke waktu. (Ghozali, 2013: 17). Selanjutnya untuk mengukur Tingkat realibilitas data penelitian digunakan uji statistik realibilitas dengan metode Cronbach Alpha. Dalam penelitian ini menggunakan Batasan 0,6 yakni

Dimana realibilitas yang  $< 0.60$  dinyatakan kurang baik, sedangkan  $0.70$  dapat diterima dan diatas  $0.80$  adalah baik. (Priyanto,2008:26). Sehingga dinyatakan bahwa dalam suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel apabila memenuhi kriteri Cronbach Alpha. Kriteria penilaian uji realibilitas adalah (Ghozali,2009:48):

1. Apabila hasil koefisien alpha lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel
2. Apabila hasil koefisien alpha lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tidak reliabel

**Tabel 4.9 Hasil Uji Realibilitas**

Variabel	Crownbach' Alpha	Cut Off	Keterangan
X1	0.555	0.60	Reliabel
X2	0.493	0.60	Reliabel
Y	0.635	0.60	Reliabel

Berdasarkan hasil olah data pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai crownbach alpha untuk semua variabel (kualitas produk,harga, Keputusan pembelian) lebih besar dari 0.60. sehingga dapat disimpulkan bahwa semua konsep pengukuran masing-masing variabel dari kuesioner (kualitas produk,harga, Keputusan pembelian) tersebut reliabel.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
--	-------------------------

N	Mean	60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	.0000000
		2.17258434
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.055
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

#### b. Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	45.624	8.446		5.402	.000		
	Kualitas Produk	-.147	.158	-.123	-.927	.358	.976	1.025
	Harga	-.164	.188	-.116	-.872	.387	.976	1.025

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Pada table hasil uji multikolinearitas dapat dilihat bahwa nilai tolerance value dari masing-masing variable adalah 0,976 untuk variable Kualitas Produk (X1) dan 0,976 untuk variable Harga (X2). Dimana angka tersebut diatas 0.10. kemudian untuk nilai VIF dari kedua variable Kualitas produk (X1) 1.025 dan variable harga (X2) sebesar 1.025 yakni nilai tersebut dibawah 10.00. jadi, dari besar angka tolerance dan VIF dari kedua variable tersebut dapat disimpulkan dalam model

persamaan regresi tidak terdapat permasalahan multikolinearitas dan dapat digunakan dalam penelitian.

## 5. Analisis Regresi linear berganda

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Teknik Analisis yang digunakan dalam penelitian adalah Teknik analisis linear berganda digunakan sebagai alat analisis dalam penelitian ini untuk meneliti 3 variabel yang berpengaruh dari variabel independent terhadap variabel dependen Dimana variabel dalam peneletian lebih dari satu.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	45.624	8.446		5.402	.000
	Kualitas Produk	-.147	.158	-.123	-.927	.358
	Harga	-.164	.188	-.116	-.872	.387

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari hasil olah data berdasarkan uji regresi linear bergand, dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan regresi standardized sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 45.624 - 0.147x_1 - 0.164X_2 + e$$

1. Nilai konstanta (a) sebesar 45.624 menunjukkan besarnya nilai dari Keputusan pembelian (Y). Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel kualitas produk dan harga dianggap konstan.
2. Koefisien regresi motivasi (X1) sebesar -0,147 yang menyatakan bahwa tidak

terdapat pengaruh antara kualitas produk, harga dan Keputusan pembelian (Y).

- Koefisien regresi variabel harga (X<sub>2</sub>) sebesar -0.164 yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh terhadap harga dan Keputusan pembelian (Y).

## 6. Uji Hipotesis

### a. uji Parsial

Hasil uji parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas (kualitas produk dan harga) terhadap variabel terikat (Keputusan pembelian) secara parsial dengan  $\alpha = 5\%$ . Jika nilai probability t lebih kecil dari 0,05 maka H<sub>a</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak, sedangkan jika nilai probability t lebih besar dari 0,05 maka H<sub>0</sub> diterima dan menolak H<sub>a</sub>. (Imam Ghozali, 2013:98). Dengan diketahui perolehan nilai t tabel sebesar 1,662. Berdasarkan perhitungan regresi berganda menggunakan program SPSS, diperoleh hasil sebagai Berikut

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	45.624	8.446		5.402	.000
Kualitas Produk	-.147	.158	-.123	-.927	.358
Harga	-.164	.188	-.116	-.872	.387

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil olah data diatas dapat dilihat bahwa, berikut penjelasan hasil uji parsial antara kualitas produk, harga dan Keputusan pembelian pada kedai rajaya.

- H<sub>1</sub> :Terdapat pengaruh negatif antara variabel kualitas produk terhadap Keputusan pembelian secara parsial.

Hasil dari uji hipotesis 1 dapat dilihat dari tabel di atas, Dimana variabel kualitas produk mempunyai Tingkat signifikansi 0.000. Hal ini mengindikasikan bahwa pada variabel terdapat pengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan karena tingkat signifikansi yang dimiliki oleh variabel Kualitas produk ( $-927 < 1.662$ ).

H2 : Tidak Terdapat pengaruh antara variable harga terhadap kepuasan pelanggan secara parsial

Hasil uji Hipotesis 2 dilihat pada table, Dimana variable harga mempunyai Tingkat signifikansi 387. Hal ini menunjukkan bahwa harga tvariabel harga (X2) tidak terdapat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena Tingkat signifikansi yang dimiliki harga ( $-872 < 1.662$ ).

b. uji koefisien determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.155 <sup>a</sup>	.024	-.010	2.210

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

Berdasarkan table diatas, dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi Adjusted R square adalah sebesar -0,010. Semakin besar angka Adjusted R Square maka akan semakin kuat hubungan dari kedua variable dalam model regresi.

## C. Pembahasan Hasil Penelitian

### 1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Nilai  $T_{hitung}$  lebih kecil  $T_{tabel}$  ( $-927 < 1.662$ ) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0.00 < 0.05$ ). Maka dapat diartikan bahwa berdasarkan

pengujian uji T menunjukkan bahwa Kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan. Hasil dari penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Robert Gain, Christian Herdinata, dan Krismi Budi Sienatra (2017) dengan judul pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen vodkasoda shirt. Hasil penelitian secara persial (uji T) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.

Karna hasil dari penelitian yang dilakukan Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Vodkasoda Shirt dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Vodkasoda Shirt

## 2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Nilai  $T_{hitung}$  lebih kecil dari  $T_{tabel}$  ( $-872 < 1.662$ ). Maka diartikan bahwa berdasarkan pengujian uji T menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh positif dan signifikan. Harga Tidak terdapat pengaruh terhadap Keputusan pembelian pada Kedai Rajaya Dimana variabel harga mempunyai Tingkat signifikansi  $0.358 > 0.05$ .

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sinta Yuliana, Ali Maskur (2022) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Sinestesa Coffeeshop Pati)

Karna hasil dari penelitian yang dilakukan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas layanan berpengaruh

positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap Keputusan pembelian di kedai rajaya kota Makassar. Berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan dan telah dilakukan pengujian dengan menggunakan model regresi lineaqar berganda, serta pengujian hipotesis maka dapat disimpulkan:

1. Kualitas produk berpengaruh negative terhadap Keputusan pembelian pada Kedai Rajaya Dimana koefisien variabel sebesar -0,147 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0.00 < 0.05$ ).
2. Harga Tidak terdapat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Rajaya Dimana variabel harga mempunyai Tingkat signifikansi



0.358 > 0.05.

## B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dipaparkan diatas, maka saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Bagi owner Kedai Rajaya Di kota Makassar, agar meningkatkan kualitas produknya sehingga pelanggan memiliki kepuasan yang lebih tinggi terhadap produk Kedai Rajaya
2. Bagi peneliti selanjutnya terutama yang berkaitan dengan kualitas produk dan harga, diharapkan dapat menyempurnakan hasil penelitian ini dengan menambah subjek penelitian maupun variabel lain yang sekiranya dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

48

- Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arianto, N., Patilaya, E. (2018). Pengaruh kualitas produk dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian produk salt n pepper pada pt. mitra busana Sentosa bintaro. *Jurnal kreatif: Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan*, Vol. 6, No. 2
- Arman, Elizamiharti, & Saf'an, M. (2019). *Analisa dan Perancangan Aplikasi Penjualan Tanaman Hias Berbasis Online Sebagai Media Promosi Bagi*
- Gerson, F. Richard, 2017. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit PPM.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kotler dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta:

- Erlangga
- Kotler, Philip. (2010). Manajemen Pemasaran Edisi 13. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Malhotra, N.K., 2009, Riset Pemasaran, Edisi keempat, Jilid 1, PT Indeks, Jakarta
- Moh. Pabundu Tika, 2015, Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Kerja. Perusahaan, Jakarta : Bumi Aksara
- Mukarom, Zaenal dan Muhibudin Wijaya Laksana. Manajemen Pelayanan Publik.Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015.
- Mulyapradana, Aria., & Lazulfa Indah, Atik. 2018. Tata Kelola Administrasi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi Di PT.BAM Kabupaten
- Putri, Aafiyah. 2015. Analisis Pengaruh Perubahan Profitabilitas Terhadap Perubahan Saham Pada Perubahan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2013. Skripsi. Universitas Hasanuddin: Makasar.
- Romadon, A. S., Pramusinto, M. A., & Kamelia, S. N. (2023). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian melalui shopee. *Solusi*, 21(3), 672-682.
- Salman KS Flowers. *Jurnal Teknologi Informasi & Komunikasi Digital Zone*, Volume 10 Nomor 1 Mei, 64-76.
- Setyo, Purnomo Edwin, 2017, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 1, No. 6, hal. 755-764.
- Sugiyono.(2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.Cv:Bandung
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet.
- Tegal. *Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Meda (Juripol)*. Vol.1 Nomor Februari 2018, p-ISSN:2599-1779. e-ISSN:2599-1787.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius, 2016, Service, Quality & Customer Satisfaction Edisi 5. Andi: Yogyakarta
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). Kepuasan Pelanggan Konsep, Pengukuran, & Strategi. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Trisnawati, O. M., Fahmi, S. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik ( EServqual ) terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, Vol.4(No.2), February 2017.



**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R****A****N****LAMPIRAN 1****KUESIONER PENELITIAN**

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN DAN MINUMAN PADA KEDAI RAJAYA KOTA MAKASSAR

Bersama ini, saya mohon kesediaan bapak/ibu untuk mengisi kuesioner yang diberikan. Informasi yang bapak/ibu berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini.

Atas bantuan dan perhatian bapak/ibu, saya ucapkan terima kasih.

Identitas responden

Nama :

Umur :

Jenis kelamin :

**Petunjuk Pengisian**

1. Jawablah pertanyaan ini dengan jujur dan benar.
2. Bacalah terlebih dahulu pertanyaan dengan cermat sebelum anda memulai untuk menjawabnya.

3. Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia dengan memberi tanda (√) pada salah satu jawaban yang anda anggap paling benar. Berilah tanda (√) pada kolom yang paling sesuai dengan pilihan anda.
4. Setiap responden diharapkan memilih hanya 1 jawaban.

Keterangan Skor Penilaian :

- 5 = Sangat Setuju (SS)
- 4 = Setuju (S)
- 3 = Netral (N)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

**Kualitas Produk (X1)**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Minuman yang saya beli memiliki rasa yang baik					
2	Minuman yang saya beli disajikan dengan cepat					
3	Pelayanan di kedai rajaya konsisten baik					
4	Pelayanan di kedai rajaya cepat dan efisien					
5	Kedai rajaya memiliki variasi minuman yang lengkap					
6	Kedai rajaya memiliki menu minuman yang mudah dipahami					
7	Minuman yang saya beli sesuai dengan spesifikasi yang di tentukan					

8	Pelayanan yang saya terima sesuai dengan standar yang ditentukan					
9	Wadah minuman yang digunakan tahan lama dan tidak mudah rusak					
10	Minuman yang saya beli tetap enak meskipun tidak langsung diminum					

### Harga (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Harga produk di kedai rajaya sesuai dengan kualitas yang ada					
2	Harga produk sesuai dengan hasil yang diinginkan					
3	Harga produk di kedai rajaya sesuai dengan manfaat yang saya rasakan					
4	Harga produk memiliki manfaat yang bagus dibandingkan yang lain					
5	Harga produk di kedai rajaya lebih murah dibandingkan dengan yang lain					
6	Harga produk yang dapat bersaing dengan produk yang lain					

**Keputusan Pembelian (Y)**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memutuskan untuk membeli produk di kedai rajaya berdasarkan pengalaman orang lain					
2	Saya melihat konsumen lain membeli di kedai rajaya saya tertarik untuk membeli					
3	Informasi yang diberikan tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga saya berminat untuk membeli produk					
4	Anda sebagai konsumen setuju bahwa produk yang ada di kedai rajaya mengikuti trend masa kini					







3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
3	3	5	4	4	4	4	4	4	3	38
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	39
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	41
5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	41

3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	39
3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	45
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42

TABULASI X2

X 2.2.1	.X2.2.2	X 2.2.3	X 2.2.4	X 2.2.5	X 2.2.6	Total X2
4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	5	4	25

4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	5	4	25
4	4	5	5	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	5	4	25
4	4	5	4	4	4	25
4	4	5	4	4	4	25
4	4	5	4	4	4	25
4	4	5	4	4	4	25
5	4	4	4	4	4	25
4	4	4	4	5	4	25
4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	5	4	25
4	4	4	4	5	4	25
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	5	5	26
4	5	3	4	4	3	23
5	4	4	5	5	4	27
4	5	5	5	5	5	29

4	4	4	4	5	4	25
5	5	4	4	5	5	28
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	5	4	25
4	5	5	4	5	4	27
4	4	4	4	5	4	25
4	5	3	4	4	3	23
4	4	4	4	5	4	25
5	5	4	4	5	5	28
4	5	3	4	4	3	23
5	5	4	4	5	5	28
4	4	4	4	5	4	25
4	4	3	4	3	4	22
4	4	3	4	4	5	24
4	4	4	5	5	5	27
5	5	5	4	4	4	27
4	4	4	4	4	5	25
5	5	5	5	4	4	28
4	4	4	4	4	4	24

4	5	5	4	5	4	27
4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	4	5	25
4	4	5	4	5	4	26
5	4	4	4	4	4	25
4	4	3	4	3	4	22
4	4	4	4	4	5	25
4	3	3	4	4	4	22
4	5	5	4	4	5	27
4	5	5	4	4	4	26
4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	5	4	5	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	5	25
5	4	5	5	4	5	28
5	4	5	4	4	4	26
4	4	3	4	4	4	23

TABULASI Y



4	5	4	4	4	4	4	4	33
5	4	4	4	4	4	4	5	34
4	4	4	4	5	5	4	4	34
4	5	5	4	5	5	4	4	36
4	5	5	4	5	4	5	4	36
3	4	4	5	4	4	4	5	33
4	4	4	4	5	5	5	5	36
4	4	5	4	4	4	4	4	33
4	5	5	5	5	4	4	4	36
5	4	4	4	4	4	5	4	34
5	5	5	4	5	3	4	4	35
4	4	4	5	5	5	5	5	37
4	5	5	4	5	4	5	4	36
4	4	4	5	3	4	5	5	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	4	4	4	5	4	34
4	4	4	5	4	5	4	5	35
4	4	5	3	4	3	4	5	32
5	4	5	5	5	5	4	5	38



5	4	4	4	4	4	5	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	5	5	5	4	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	5	5	5	5	36
4	4	5	4	4	4	5	4	34
4	4	4	4	5	5	5	5	36
5	5	4	4	4	4	4	4	34
4	4	4	4	5	5	5	5	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	5	5	5	5	5	4	38
5	5	5	4	4	5	5	4	37
4	5	5	4	5	4	5	4	36
4	5	5	4	5	4	5	4	36
4	5	5	5	5	4	4	5	37
5	5	5	4	5	5	4	4	37
4	4	5	4	4	5	4	5	35
5	4	4	5	4	4	5	4	35
5	4	4	4	5	4	4	5	35
5	5	4	5	5	4	4	5	37

4	4	4	5	4	4	5	5	35
---	---	---	---	---	---	---	---	----



### LAMPIRAN 3

### HASIL OLAH DATA

### ANALISIS KARAKTERISTIK RESPONDEN

#### Statistics

		Jenis Kelamin	Usia
N	Valid	60	60
	Missing	0	0

#### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	31	51.7	51.7	51.7



	Sig. (2-tailed)	.477	.477		.085	.000	.477	.082	.000	.082	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X2.2	Pearson Correlation	.000	.000	.224	1	.224	.000	.551**	.509**	.551**	.224	.340**
	Sig. (2-tailed)	1.000	1.000	.085		.085	1.000	.000	.000	.000	.085	.008
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X3.1	Pearson Correlation	.094	.094	1.000**	.224	1	.094	.227	.555**	.227	1.000**	.611**
	Sig. (2-tailed)	.477	.477	.000	.085		.477	.082	.000	.082	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X3.2	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	.094	.000	.094	1	.104	.077	.104	.094	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.477	1.000	.477		.429	.560	.429	.477	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X4.1	Pearson Correlation	.104	.104	.227	.551**	.227	.104	1	.794**	1.000**	.227	.521**
	Sig. (2-tailed)	.429	.429	.082	.000	.082	.429	.000	.000	.000	.082	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X4.2	Pearson Correlation	.077	.077	.555**	.509**	.555**	.077	.794**	1	.794**	.555**	.614**
	Sig. (2-tailed)	.560	.560	.000	.000	.000	.560	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X5.1	Pearson Correlation	.104	.104	.227	.551**	.227	.104	1.000**	.794**	1	.227	.521**
	Sig. (2-tailed)	.429	.429	.082	.000	.082	.429	.000	.000	.000	.082	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X5.2	Pearson Correlation	.094	.094	1.000**	.224	1.000**	.094	.227	.555**	.227	1	.611**

	Sig. (2-tailed)	.477	.477	.000	.085	.000	.477	.082	.000	.082		.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Total_X	Pearson Correlation	.768**	.768**	.611**	.340**	.611**	.768**	.521**	.614**	.521**	.611**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.008	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

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

#### UJI VALIDITAS X2

##### Correlations

		X2.2.1	X2.2.2	X2.2.3	X2.2.4	X2.2.5	X2.2.6	Total_X2
X2.2.1	Pearson Correlation	1	.305*	.208	.255*	.070	.110	.530**
	Sig. (2-tailed)		.018	.110	.049	.595	.404	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.2.2	Pearson Correlation	.305*	1	.224	.071	.157	-.084	.490**
	Sig. (2-tailed)	.018		.085	.591	.232	.525	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.2.3	Pearson Correlation	.208	.224	1	.272*	.195	.158	.692**
	Sig. (2-tailed)	.110	.085		.036	.136	.228	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.2.4	Pearson Correlation	.255*	.071	.272*	1	.076	.204	.498**

	Sig. (2-tailed)	.049	.591	.036		.562	.118	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.2.5	Pearson Correlation	.070	.157	.195	.076	1	.054	.521**
	Sig. (2-tailed)	.595	.232	.136	.562		.683	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.2.6	Pearson Correlation	.110	-.084	.158	.204	.054	1	.481**
	Sig. (2-tailed)	.404	.525	.228	.118	.683		.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Total_X2	Pearson Correlation	.530**	.490**	.692**	.498**	.521**	.481**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60	60

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

#### UJI VALIDITAS Y

#### Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y2.1	Y2.2	Y3.1	Y3.2	Y4.1	Y4.2	Total_Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.301*	.118	.271*	.135	.180	.044	-.008	.487**
	Sig. (2-tailed)		.019	.369	.037	.302	.170	.736	.949	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y1.2	Pearson Correlation	.301*	1	.463*	.155	.399*	.010	-.020	-.144	.504**

	Sig. (2-tailed)	.019		.000	.236	.002	.939	.878	.273	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y2.1	Pearson Correlation	.118	.463*	1	.110	.325*	.080	.175	-.205	.480**
	Sig. (2-tailed)	.369	.000		.402	.011	.543	.182	.115	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y2.2	Pearson Correlation	.271*	.155	.110	1	.229	.395*	.066	.374*	.615**
	Sig. (2-tailed)	.037	.236	.402		.079	.002	.615	.003	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y3.1	Pearson Correlation	.135	.399*	.325*	.229	1	.444*	.146	.261*	.699**
	Sig. (2-tailed)	.302	.002	.011	.079		.000	.266	.044	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y3.2	Pearson Correlation	.180	.010	.080	.395*	.444*	1	.256*	.380*	.664**
	Sig. (2-tailed)	.170	.939	.543	.002	.000		.048	.003	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y4.1	Pearson Correlation	.044	-.020	.175	.066	.146	.256*	1	-.027	.384**
	Sig. (2-tailed)	.736	.878	.182	.615	.266	.048		.839	.002
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y4.2	Pearson Correlation	-.008	-.144	-.205	.374*	.261*	.380*	-.027	1	.388**
	Sig. (2-tailed)	.949	.273	.115	.003	.044	.003	.839		.002

	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Total_Y	Pearson Correlation	.487*	.504*	.480*	.615*	.699*	.664*	.384*	.388*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.002	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

#### UJI REALIBILITAS X1

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.555	10

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	35.9333	2.199	.345	.503
X1.2	35.9333	2.199	.345	.503
X2.1	35.6000	3.295	-.022	.587
X2.2	35.6500	3.079	.420	.519



X3.1	35.6333	3.219	.320	.539
X3.2	35.6000	3.227	.137	.552
X4.1	35.7333	3.487	-.172	.615
X4.2	35.5833	2.586	.573	.446
X5.1	35.5667	2.724	.497	.472
X5.2	35.6167	2.749	.343	.501

#### UJI REALIBILITAS X2

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.493	6

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.2.1	21.02	1.915	.320	.424
X2.2.2	20.98	1.915	.227	.460
X2.2.3	21.07	1.453	.379	.363
X2.2.4	21.07	1.995	.316	.434
X2.2.5	20.87	1.812	.200	.478
X2.2.6	20.92	1.874	.143	.512

#### UJI REALIBILITAS Y

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.635	8

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	31.23	3.979	.270	.619
Y1.2	31.23	3.979	.305	.610
Y2.1	31.20	4.027	.275	.617
Y2.2	31.33	3.718	.437	.574
Y3.1	31.10	3.481	.539	.541
Y3.2	31.25	3.513	.479	.557
Y4.1	31.12	4.240	.167	.644
Y4.2	31.20	4.231	.170	.644

### UJI NORMALITAS

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.17258434
	Absolute	.072

Most Extreme Differences	Positive	.055
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

#### UJI MULTIKOLINEARITAS

##### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Harga, Kualitas Produk <sup>b</sup>		Enter

- Dependent Variable: Keputusan Pembelian
- All requested variables entered.

##### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.155 <sup>a</sup>	.024	-.010	2.210

- Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

##### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.846	2	3.423	.701	.501 <sup>b</sup>
	Residual	278.487	57	4.886		
	Total	285.333	59			

- Dependent Variable: Keputusan Pembelian
- Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	45.624	8.446		5.402	.000		
	Kualitas Produk	-.147	.158	-.123	-.927	.358	.976	1.025
	Harga	-.164	.188	-.116	-.872	.387	.976	1.025

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Kualitas Produk	Harga
1	1	2.996	1.000	.00	.00	.00
	2	.003	29.608	.01	.24	.62
	3	.001	63.499	.99	.76	.38

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Harga, Kualitas Produk <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. All requested variables entered.

## Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.155 <sup>a</sup>	.024	-.010	2.21037

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

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.846	2	3.423	.701	.501 <sup>b</sup>
	Residual	278.487	57	4.886		
	Total	285.333	59			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	45.624	8.446		5.402	.000
	Kualitas Produk	-.147	.158	-.123	-.927	.358
	Harga	-.164	.188	-.116	-.872	.387

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

#### UJI KOEFISIEN DETERMINASI

##### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Harga, Kualitas Produk <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. All requested variables entered.

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.846	2	3.423	.701	.501 <sup>b</sup>
	Residual	278.487	57	4.886		
	Total	285.333	59			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	45.624	8.446		5.402	.000
	Kualitas Produk	-.147	.158	-.123	-.927	.358
	Harga	-.164	.188	-.116	-.872	.387

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

#### UJI PARSIAL

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Harga, Kualitas Produk <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. All requested variables entered.

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.155 <sup>a</sup>	.024	-.010	2.210

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

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.846	2	3.423	.701	.501 <sup>b</sup>
	Residual	278.487	57	4.886		
	Total	285.333	59			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	45.624	8.446		5.402	.000
	Kualitas Produk	-.147	.158	-.123	-.927	.358
	Harga	-.164	.188	-.116	-.872	.387

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

LAMPIRAN 4

## SURAT IZIN PENELITIAN



PEMERINTAH KOTA MAKASSAR  
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
Jl. Jendral Ahmad Yani No. 2 Makassar 90171  
Website: dpmpmsp.makassarkota.go.id



**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**  
Nomor: 070/955/SKP/SB/DPMPPTSP/12/2023

**DASAR:**

- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Keterangan Penelitian.
- Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan Organisasi Perangkat Daerah
- Peraturan Walikota Nomor 4 Tahun 2023 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berbasis Resiko, Perizinan Non Berusaha dan Non Perizinan
- Keputusan Walikota Makassar Nomor 954/503 Tahun 2023 Tentang Pendelegasian Kewenangan Perizinan Berusaha Berbasis Resiko, Perizinan Non Berusaha dan Non Perizinan yang Menjadi Kewenangan Pemerintah Daerah Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Makassar Tahun 2023
- Surat Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sulawesi Selatan nomor 070/955/SKP/SB/DPMPPTSP/12/2023, Tanggal 14 Desember 2023
- Rekomendasi Teknis Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Makassar nomor 961/SKP/SB/BKBP/12/2023

**Dengan Ini Menerangkan Bahwa :**

Nama : MUH.RIJAL  
NIM / Jurusan : 105721103319 / MANAJEMEN  
Pekerjaan : Mahasiswa (S1)  
Alamat : Jl. Sultan alauddin  
Lokasi Penelitian : Terlampir,-  
Waktu Penelitian : 14 Desember 2023 - 14 Januari 2024  
Tujuan : Skripsi  
Judul Penelitian : "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN DAN MINUMAN PADA KEDAI RAJAYA KOTA MAKASSAR"

Dalam melakukan kegiatan agar yang bersangkutan memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- Surat Keterangan Penelitian ini diterbitkan untuk kepentingan penelitian yang bersangkutan selama waktu yang sudah ditentukan dalam surat keterangan ini.
- Tidak dibenarkan melakukan penelitian yang tidak sesuai / tidak ada kaitannya dengan judul dan tujuan kegiatan penelitian.
- Melaporkan hasil penelitian kepada Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Makassar melalui email [bidangpoldagrikesbangpolmks@gmail.com](mailto:bidangpoldagrikesbangpolmks@gmail.com).
- Surat Keterangan Penelitian ini dicabut kembali apabila pemegangnya tidak menaati ketentuan tersebut diatas.



Ditetapkan di Makassar

Pada tanggal: 2023-12-29 14:43:55



Ditandatangani secara elektronik oleh  
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL  
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
KOTA MAKASSAR

A. ZULKIFLY, S.STP., M.Si.

Tembusan Kepada Yth:

- Pimpinan Lembaga/Instansi/Perusahaan Lokasi Penelitian;
- Pertinggal,-



DOKUMENTASI PENELITIAN





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 : Muh.Rijal  
Nim : 105721103319  
Program Studi : Manajemen

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	10 %	10 %
2	Bab 2	21 %	25 %
3	Bab 3	10 %	10 %
4	Bab 4	6 %	10 %
5	Bab 5	5 %	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, 3 Februari 2024  
Mengetahui,

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,



Akmaliah, S.Hum.,M.I.P  
NPM. 964 591

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

Muh.Rijal 105721103319 Bab I  
by Tahap Tutup

Submission date: 02-Feb-2024 01:43PM (UTC+0700)

Submission ID: 2284388061

File name: bab\_1\_MR.docx (19.74K)

Word count: 520

Character count: 3459

Muh.Rijal 105721103319 Bab I

ORIGINALITY REPORT

**10%**  
SIMILARITY INDEX

**10%**  
INTERNET SOURCE

**2%**  
PUBLICATIONS

**0%**  
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- 1** [www.proskripsi.com](http://www.proskripsi.com)  
Internet Source 2%
- 2** [pdfcoffee.com](http://pdfcoffee.com)  
Internet Source 2%
- 3** [eprints.upnjatim.ac.id](http://eprints.upnjatim.ac.id)  
Internet Source 2%
- 4** [johannessimatupang.wordpress.com](http://johannessimatupang.wordpress.com)  
Internet Source 2%
- 5** [repository.stei.ac.id](http://repository.stei.ac.id)  
Internet Source 2%

Exclude quotes  Off      Exclude matches  Off  
Exclude bibliography  Off

Suk  
Sub  
File  
Woi  
Cha



Muh.Rijal 105721103319 Bab II

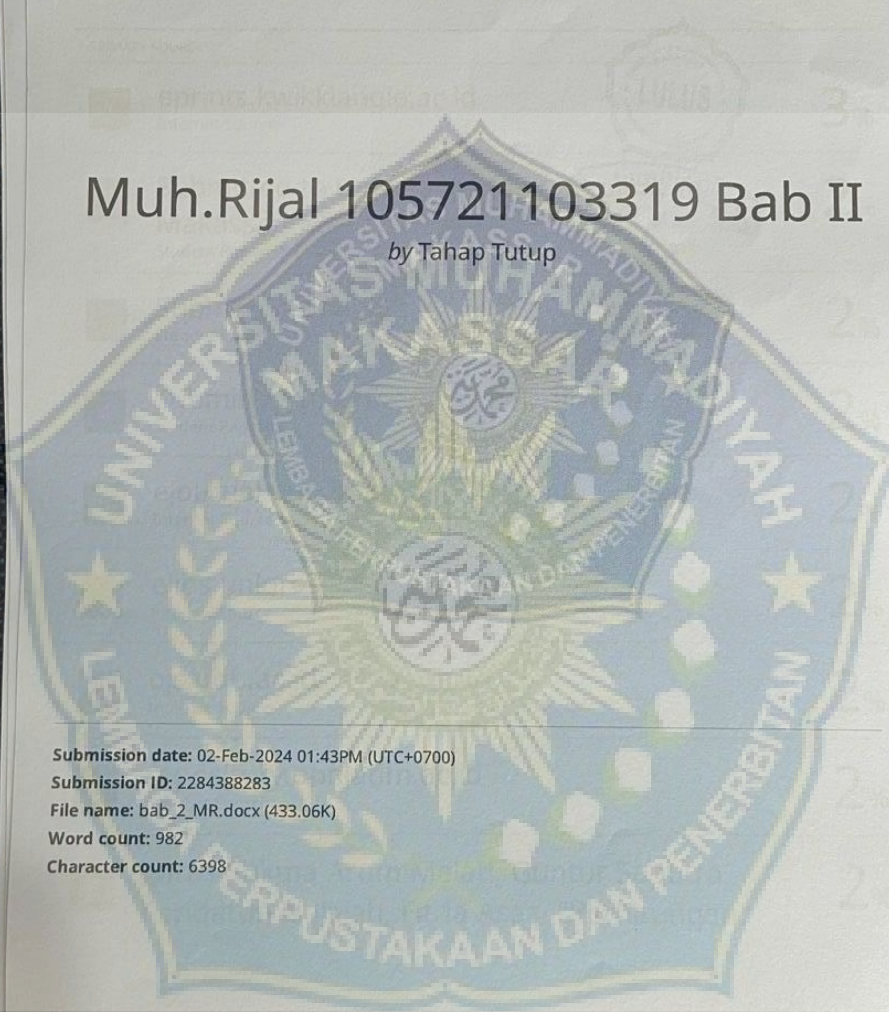
21% 18% 16% 13%

3

# Muh.Rijal 105721103319 Bab II

by Tahap Tutup

Submission date: 02-Feb-2024 01:43PM (UTC+0700)  
Submission ID: 2284388283  
File name: bab\_2\_MR.docx (433.06K)  
Word count: 982  
Character count: 6398



h.Rijal 105721103319 Bab II

ORIGINALITY REPORT

**21%**

SIMILARITY INDEX

**18%**

INTERNET SOURCES

**16%**

PUBLICATIONS

**13%**

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.kwikkiangie.ac.id Internet Source	3%
2	Submitted to Universitas Muhammadiyah Makassar Student Paper	2%
3	Submitted to unars Student Paper	2%
4	Submitted to Universitas Pelita Harapan Student Paper	2%
5	ejournal.unsrat.ac.id Internet Source	2%
6	elibs.unigres.ac.id Internet Source	2%
7	ojs.ldb.ac.id Internet Source	2%
8	repository.upnjatim.ac.id Internet Source	2%
9	Laras Sukma Arum Melati, Guntur Saputra, Faridatun Najiyah, Fitria Asas. "Perhitungan	2%

Muh.Rijal 105721103319 Bab III

by Tahap Tutup

Submission date: 02-Feb-2024 04:52PM (UTC+0700)  
Submission ID: 2284446891  
File name: BAB\_3\_R.docx (28.25K)  
Word count: 728  
Character count: 4784



Muh.Rijal 105721103319 Bab III

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.iainpurwokerto.ac.id  
Internet Source

3%

2

Submitted to Hoa Sen University  
Student Paper

2%

3

Submitted to Universitas Diponegoro  
Student Paper

2%

4

digilib.uinsgd.ac.id  
Internet Source

2%

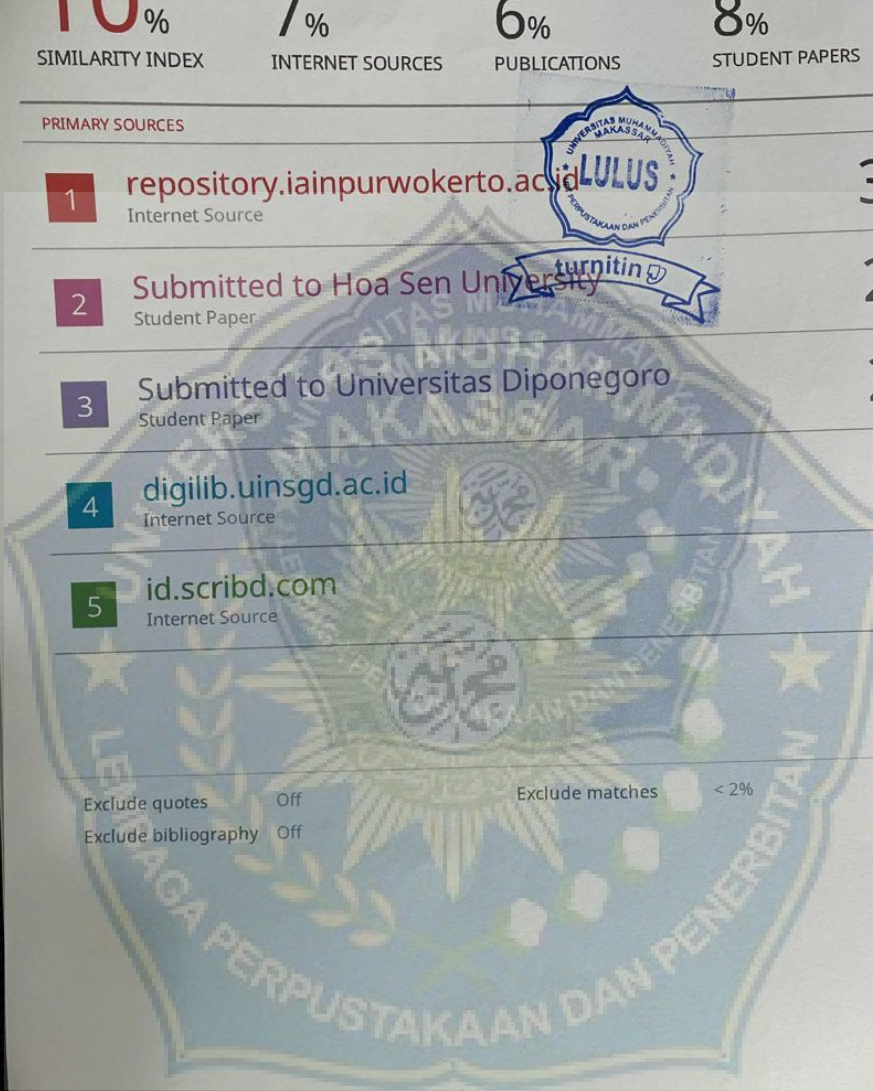
5

id.scribd.com  
Internet Source

2%

Exclude quotes Off  
Exclude bibliography Off

Exclude matches < 2%



✓



Muh.Rijal 105721103319 Bab IV

6% 5% 6% 6%  
SAMPLING ERROR INTERNET SOURCES PUBLICATIONS STUDENT ZHANG

Submitted to Universitas of MAJU 2%

# Muh.Rijal 105721103319 Bab IV

by Tahap Tutup



Submission date: 02-Feb-2024 04:52PM (UTC+0700)

Submission ID: 2284446990

File name: BAB\_4\_R.docx (328.04K)

Word count: 1055

Character count: 6452

uh.Rijal 105721103319 Bab IV

ORIGINALITY REPORT

6%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

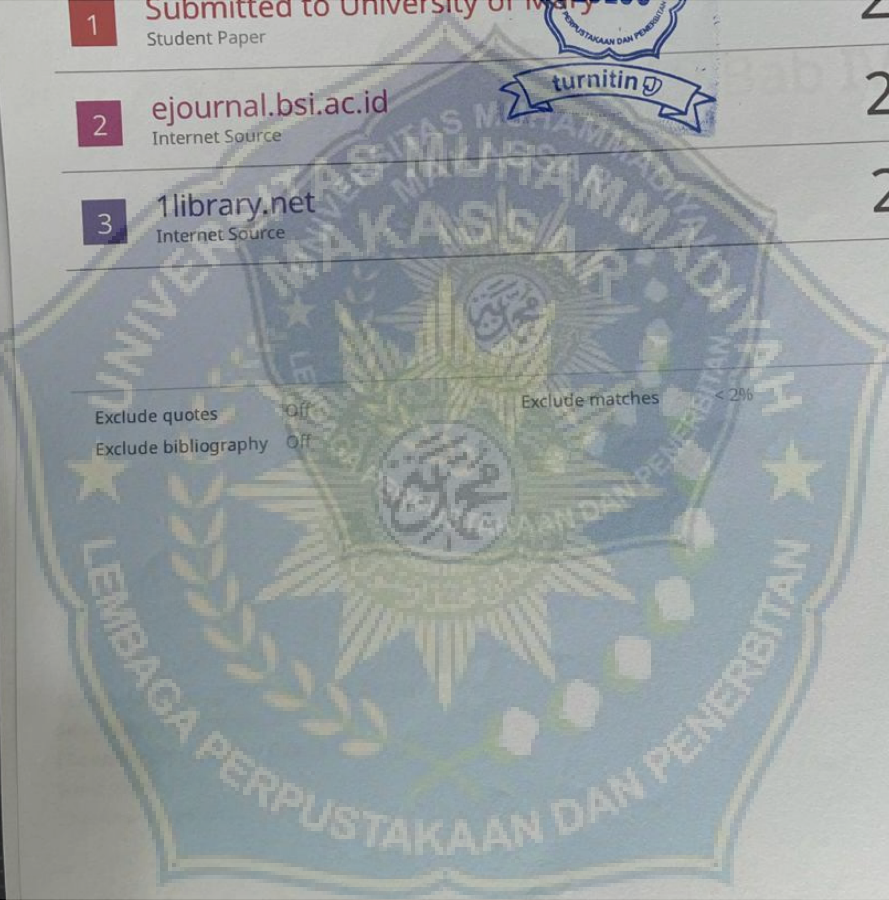
PRIMARY SOURCES

- 1 Submitted to University of Mary Student Paper 2%
- 2 ejournal.bsi.ac.id Internet Source 2%
- 3 1library.net Internet Source 2%




Exclude quotes  Off Exclude matches < 2%

Exclude bibliography  Off



Muh.Rijal 105721103319 Bab V

by Tahap Tutup



Submission date: 02-Feb-2024 02:33PM (UTC+0700)  
Submission ID: 2284407993  
File name: bab\_5\_MR.docx (15.35K)  
Word count: 152  
Character count: 964

uh.Rijal 105721103319 Bab V

ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

[achyars.wordpress.com](http://achyars.wordpress.com)

Internet Source

5%

Exclude quotes  Off

Exclude bibliography  Off



Exclude matches  < 2%



## BIOGRAFI PENULIS



Muh. Rijal Panggilan Rijal lahir di Bulukumba pada tanggal 05 Maret 2001 dari pasangan suami istri Bapak Rona' dan Ibu Eka Yuliana. Peneliti adalah anak kelima dari 5 bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Borong Rambanna, Kecamatan Herlang Kabupaten Bulukumba, Sulawesi Selatan. Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu SDN 126 Borong lulus tahun 2013, SMP Negeri 46 Bulukumba lulus tahun 2016, SMA Negeri 6 Bulukumba lulus tahun 2019, dan mulai tahun 2019 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 Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

