

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis dibidang kuliner saat ini semakin meningkat, cepat, dan beraneka-ragam seiring dengan tuntutan kebutuhan hidup masyarakat yang semakin kompleks akibat perubahan dari gaya hidup. Konsep, bentuk, serta cita rasa yang beragam ditawarkan oleh para pelaku bisnis kuliner bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan makanan yang lezat selain makanan tambahan dari penikmat kuliner. Banyak jenis makanan yang terbuat dari buah-buahan, sayur-sayuran, tumbuh-tumbuhan, dan hewan Banyak diminati dan dibeli oleh konsumen. Minuman yang berasal dari buah-buahan dan hewan yang diolah dengan beraneka ragam rasa sampai jajanan (*snack*).

Bisnis kuliner merupakan jenis usaha yang cukup menguntungkan bagi para pebisnis dan terus meningkat sepanjang masa, hal ini karena makanan adalah salah satu kebutuhan pokok manusia yang tidak bisa lepas dari kehidupan kita. Setiap pelaku bisnis kuliner harus mampu untuk bersaing dan juga terus berinovasi mulai dari bentuk, cita rasa dan ukuran yang diproduksi yang bertujuan untuk memikat hati para konsumen agar usahanya tetap mampu berjalan dan berkembang dengan baik. Hal ini sangat penting dilakukan bertujuan mendorong konsumen untuk tertarik melakukan pembelian, karena secara otomatis minat beli konsumen akan tumbuh dan dapat meningkatkan omset penjualan. Begitu pula sebaliknya, jika pembelinya sedikit maka kerugian yang akan dialami oleh perusahaan, karena akan berpengaruh pada penurunan pendapatan dari volume penjualan ataupun omset penjualan perusahaan tersebut.

Pelaku bisnis kuliner dapat menggunakan berbagai alternative strategi dalam memasarkan produk, pelaku usaha dapat memperbaiki internal dari produk yang dijual dengan cara lebih memperhatikan kualitas produk yang digunakan, memperluas jangkauan pemasaran dengan cara bekerja sama dengan suatu perusahaan jasa antar, merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan pelaku usaha. Selain itu, salah satu hal yang paling penting yang harus diperhatikan

perusahaan yaitu cara menciptakan atau membuat suatu produk yang mampu menarik minat banyak konsumen untuk membeli produk tersebut. Pelaku bisnis kuliner juga harus mampu memanfaatkan kesempatan dengan melihat celah yang bisa dijadikan sebagai inovasi atau referensi agar terus mengembangkan kreativitas produknya dikarenakan semakin banyaknya pesaing yang terus bermunculan.

Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di morning bakery batam (Zulaicha & Irawati, 2016). Harga jual produk menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen untuk membeli produk. Faktor Harga yang diperhatikan oleh konsumen, terdapat Faktor lain juga yang diperhatikan salah satunya faktor produk. Faktor produk ini merupakan hal yang diperhatikan konsumen dalam mengambil keputusan. Produk yang dijual harus mempunyai kualitas yang baik, unik dan penampilan yang menarik sehingga dapat membuat konsumen tertarik untuk membeli. Kualitas produk yang baik akan mendorong perusahaan untuk mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya (Zulaicha & Irawati, 2016). Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen (Putra, dkk : 2017).

Para pelaku bisnis bersaing dalam menawarkan produk makanan yang beragam mulai dari makanan tradisional, sampai makanan yang terkini. Salah satu bisnis yang berkembang secara pesat adalah bisnis usaha roti, banyak tempat makanan yang menjual bentuk olahan roti yang menjadi salah satu makanan tambahan. Toko Istana Bakery adalah usaha yang memproduksi roti yang beralamat di Jl. Padang Selasa No. 10 B, Kelurahan Bukit Lama, Kecamatan Ilir Barat I, Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan.

Toko Istana Bakery bisa mengembangkan kreativitas dengan membuat inovasi dari produk olahan menjadi berbagai varian roti. Roti yang diolah dapat diinovasikan menjadi suatu produk yang unik dan berbeda atau baru, sehingga

dapat menarik konsumen untuk mengkonsumsi produk yang diproduksi tersebut. Roti yang memiliki cita rasa yang sesuai dengan selera konsumen dan harga yang tergolong murah bisa dijadikan sebagai alat untuk mengikat konsumen agar tetap mengkonsumsi produk roti tersebut.

Berdasarkan data dari toko roti istana bakery, adapun terdapat daftar harga roti yang dijual sebagai berikut:

Tabel 1.1
Produk dan Harga Roti

No	Nama Barang	Satuan	Harga
1.	Roti Keju Lapis	/ Pcs	Rp. 6.000
2.	Roti Srikaya Kismis	/ Pcs	Rp. 6.000
3.	Roti Kelapa Kismis	/ Pcs	Rp. 6.000
4.	Roti Coklat Keju Panjang	/ Pcs	Rp. 8.000
5.	Roti Mesis Coklat	/ Pcs	Rp. 6.000
6.	Roti Coklat Srikaya	/ Pcs	Rp. 7.000
7.	Roti Vanilla	/ Pcs	Rp. 6.000
8.	Roti Cheese Speed	/ Pcs	Rp. 7.000
9.	Roti Srikaya Kuning	/ Pcs	Rp. 6.000
10.	Roti Coklat Keju Bulat	/ Pcs	Rp. 6.000
11.	Roti Kombinasi 6 Rasa	/ Pcs	Rp. 10.000
12.	Roti Kombinasi 4 Rasa	/ Pcs	Rp. 7.000
13.	Roti Mexico Coklat	/ Pcs	Rp. 7.000
14.	Roti Mexico Keju	/ Pcs	Rp. 7.000
15.	Roti Daging Sapi	/ Pcs	Rp. 6.000
16.	Roti Strawberry	/ Pcs	Rp. 6.000
17.	Roti Srikaya Pandan	/ Pcs	Rp. 6000
18.	Roti Kacang Hijau	/ Pcs	Rp. 6.000
19.	Roti Abon	/ Pcs	Rp. 7.000
20.	Roti Peanut Butter	/ Pcs	Rp. 6.000
21.	Roti Tawar	/ Pcs	Rp. 12.000

Sumber: Toko roti Istana Bakery (Tahun 2021)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa daftar harga jual dari berbagai jenis rasa roti yang dijual oleh toko roti istana bakery relative terjangkau oleh konsumen. Produk dengan harga yang terjangkau akan memiliki banyak peminat. Oleh karena itu, sebagian besar konsumen akan mempertimbangkan harga dari suatu produk khususnya roti untuk membelinya.

Toko Istana Bakery dalam memasarkan produk roti juga memperhatikan harga jual dan kualitas produk. Harga jual yang di pasarkan pun harus sesuai dengan standar harga yang dibutuhkan oleh konsumen, sedangkan bagi konsumen harga sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian karena harga suatu produk memengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut.

Kualitas produk roti yang baik memiliki bentuk yang beragam mulai dari bulat, lonjong, persegi dan sebagainya, ketahanan maksimal 2 hari dari pembuatan roti, keandalan yang diperhatikan yaitu bahan-bahan pembuatan roti yang berkualitas, gaya atau penampilan yang menonjol, desain tampilan roti yang unik, kualitas kinerja yang diterapkan dapat beroperasi dengan baik dapat menarik konsumen agar konsumen tertarik atau memutuskan untuk membeli produk roti istana bakery, apabila kualitas roti yang diproduksi tidak sesuai dengan standar yang diinginkan oleh konsumen maka hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli kembali produk roti ditoko roti istana bakery.

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen mulai dari kualitas produk, daya saing yang ada dan harga yang sudah terbilang murah. Dapat dilihat dari data penjualan toko roti istana bakery yang meningkat dari tabel berikut:

Tabel 1.2
Data Penjualan Toko Roti istana Bakery

Tahun	Pendapatan
2018	Rp. 34.000.000
2019	Rp. 35.000.000
2020	Rp. 32.000.000

Sumber: Data Penjualan Toko Roti istana bakery, 2021

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa data penjualan dari toko roti istana bakery mengalami penurunan selama 1 tahun terakhir, Kualitas produk menjadi salah satu faktor yang menjadi keputusan pembelian yang menarik konsumen untuk membeli produk di Toko Istana Bakery, karena konsumen tentunya mempertimbangkan terlebih dahulu tentang harga dan kualitas produk

yang akan dibeli oleh konsumen tersebut. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Istana Bakery”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah ditemukan diatas, maka dapat ditarik suatu rumusan masalah yaitu:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko istana bakery?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko istana bakery?
3. Apakah harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko istana bakery?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, agar dalam pembahasan laporan ini tidak menyimpang dari permasalahan yang ada maka penulis hanya membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko istana bakery.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Konsumen Pada Toko Istana Bakery.
2. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko istana bakery.
3. Untuk mengetahui harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko istana bakery.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini diantaranya

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis sehingga dapat melaksanakan kegiatan penelitian ilmiah secara baik dan benar serta dapat berguna bagi berbagai pihak yang memerlukan.

b. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi berbagai pihak yaitu bagi usaha kecil menengah yang membutuhkan informasi dengan tema yang sejenis yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Manfaat praktis

a. Bagi perusahaan

Penelitian ini memberikan informasi yang disertai saran bagi perusahaan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan konsumen serta variabel manakah yang paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen.

b. Bagi Akademis

Diharapkan sebagai penambahan wawasan pengetahuan bagi rekan-rekan mahasiswa atau pihak lainnya untuk melakukan penelitian lebih lanjut atau sebagai referensi.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian Laporan akhir ini dilakukan penulis pada Toko Istana Bakery yang berlokasi di Jalan Padang Selasa No. 10 B, Kelurahan Bukit Lama, Kecamatan Ilir Barat I, Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan. Data yang dipakai dalam penelitian yaitu hasil dari kuesioner konsumen pembeli Roti.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua macam data yaitu:

a. Data Primer

Menurut (Sekaran & bougie, 2017:130) menyatakan bahwa Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh langsung (dari tangan pertama) oleh peneliti terkait dengan variabel ketertarikan untuk tujuan tertentu dari studi. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung oleh penulis dari hasil kuesioner yang diberikan kepada konsumen pembeli roti Istana Bakery.

b. Data Sekunder

Menurut (Sekaran & bougie, 2017:130) menyatakan bahwa Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah ada, seperti yang kita liha dalam bab 3 ketika mengumpulkan informasi pendahuluan. Data sekunder (*secondary data*) dalam penelitian ini diperoleh dari sumber-sumber yang sudah ada, seperti buku-buku penunjang, jurnal, skripsi,internet dan studi kepustakaan.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data dalam penulisan laporan ini untuk dapat menyelesaikan permasalahan yang diteliti. Metode pengumpulan data yang digunakan ialah:

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Dalam Penelitian ini, Penulis menggunakan metode pengumpulan data dari tempat yang menjadi objek penelitian dengan cara mendatangi langsung objek tersebut. Pengumpulan data yang digunakan yaitu:

a. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis (Hadi

Sutrisno dalam Sugiyono, 2017:166). Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2017:157). Untuk mendapatkan data yang lengkap penulis melakukan wawancara langsung dengan pemilik Toko Roti Istana Bakery dengan tujuan untuk mendapatkan informasi tambahan yang diperlukan pada saat penelitian.

c. Kuesioner (angket)

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017:162). Dalam penelitian ini, penulis membagikan kuesioner kepada Konsumen Toko Roti Istana Bakery.

2. Riset Kepustakaan (Library Research)

Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari jurnal-jurnal dan sumber informasi lain yang berkenaan dengan topik dan masalah yang sedang dibahas sehingga dapat dijadikan sebagai bahan penyelesaian.

1.5.4 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2017:90) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli pada tahun 2021 bulan januari – maret pada toko roti istana bakery.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017: 91). Jumlah Sampel yang akan diteliti pada konsumen Roti Istana Bakery menggunakan rumus Ferdinand dengan alasan jumlah konsumen yang tidak menentu setiap harinya. Dengan ketentuan untuk ukuran sampel yang layak dengan menggunakan rumus Ferdinand adalah antara 30 samapi 500. Jumlah sampel adalah 5-10 dikali jumlah indikator (Ferdinand, 2006). Bila indikator variabel berjumlah 15, maka jumlah sampel minimumnya adalah

$$\begin{aligned} N \text{ minimum} &= 5 \times \text{jumlah indikator} \\ &= 5 \times 15 \\ &= 75 \end{aligned}$$

1.5.5 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan (sugiyono, 2017:91). Dalam hal ini terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan dalam penelitian. Penulis menggunakan teknik sampling Purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam melakukan penelitian bertujuan untuk menghasilkan sampel yang secara logis dapat dianggap mewakili populasi. Dalam melakukan penelitian bertujuan untuk menghasilkan sampel yang secara logis dapat dianggap mewakili populasi. Jadi penulis menentukan kreteria dalam menentukan responden yaitu

responden yang telah melakukan pembelian minimal 2x pembelian pada roti Istana Bakery.

1.5.6 Definisi Operasional Variabel

Menurut (Sugiono, 2017:39) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen atau bebas yaitu *Harga (X1)* , *Kualitas Produk (X2)* dan yang menjadi variabel dependen atau terikat yaitu *Keputusan Pembelian (Y)*. Rancangan operasionalisasi variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.3
Operasional Variabel

No	Variabel	Dimensi	Skala	Sumber
1.	Harga (X1)	Keterjangkauan harga	Likert	
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Likert	Kotler dan Amstrong (2008)
		Daya saing harga	Likert	dalam (lubis:2015)
		Kesesuaian harga dengan manfaat	Likert	
2.	Kualitas Produk (X2)	Kinerja (<i>Performance</i>),	Likert	
		Keistimewaan/ ciri-ciri tambahan (<i>Types of Features</i>)	Likert	Prawirosentono dalam (Arifin, 2019:36-37)
		Daya tahan (<i>Durability</i>)	Likert	
		Penampilan	Likert	
		Sifat khas/estektika (<i>Sensory Characteristic</i>)	Likert	
3.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan tentang bentuk produk	Likert	
		Keputusan tentang ukuran produk	Likert	
		Keputusan tentang merek	Likert	Swastha dan Irawan (2000)

		produk		dalam Tousalwa (2017:22)
		Keputusan tentang penjualannya/pelayanan	Likert	
		Keputusan tentang jumlah produk	Likert	
		Keputusan tentang cara pembayaran/pembelian	Likert	

Sumber: Sugiyono (2017:39)

1.6 Metode Analisis Data

Teknik dan metode analisa data yang digunakan pada penelitian ini adalah Metode Kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2018:8) Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Perhitungan hasil kuesioner dengan memanfaatkan aplikasi spss dengan melakukan pengujian dibawah ini:

a. Uji Validitas

Menurut (Yusi & Idris, 2016:92) Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrument. Uji validitas bertujuan untuk menguji sejauh mana ketepatan suatu instrumen sebagai alat ukur penelitian. Jika instrumen valid atau benar maka hasil pengukurannya pun kemungkinan benar. Metode yang sering digunakan untuk memberikan penilaian terhadap tingkat validitas kuesioner sebagai instrumen penelitian adalah korelasi produk momen (Moment Product Correlation/Pearson Correlation) atau yang biasa disebut r . Adapun kriteria pengujian validitas menggunakan taraf signifikan (α) sebesar 5%.

Kriteria dalam mengukur validitas suatu kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jika r hitung $>$ r tabel maka instrumen tersebut valid

2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tersebut tidak valid

b. Uji Realibilitas

Menurut (Yusi & Idris, 2016:95) reliabilitas dapat dikatakan reliabel apabila pengukur tersebut menghasilkan hasil-hasil yang konsisten. Digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrument penelitian dapat dipercaya atau diandalkan sebagai alat pengumpul data dan menghasilkan hasil-hasil yang konsisten. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*, menggunakan program SPSS dengan kriteria berikut:

1. Jika koefisien reliabilitas $> 0,6$ maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik dan dapat dipercaya.
2. Jika nilai koefisien reliabilitas $< 0,6$ maka instrumen tidak memiliki reliabilitas yang baik dan tidak dapat dipercaya.

c. Uji Signifikasi Parsial (Uji-t)

Menurut (Priyatno, 2012:90) “Uji t digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini uji t digunakan untuk mengetahui apakah variable independen yakni harga dan kualitas produk memberikan pengaruh kepada variable dependen yakni Keputusan Pembelian.

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh positif dan signifikansi terhadap Keputusan Pembelian.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh positif dan signifikansi terhadap Keputusan Pembelian.

d. Uji Signifikasi Simultan (Uji-F)

Menurut (priyatno, 2012:89) uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian melalui uji F atau variasinya dengan

membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada derajat signifikan 5%. Apabila hasil perhitungan menunjukkan:

1. Jika $F_{hitung} < f_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 di tolak, $\alpha = 5\%$
2. Jika $F_{hitung} > f_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, $\alpha = 5\%$

e. Koefisien Determinan

Menurut (Yusi & Idris, 2016:148) Koefisien determinasi digunakan untuk melihat apakah tepat penggunaan persamaan regresi dari model, maka perlu diadakan pengujian. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Pengujian tersebut dikenal dengan nama R^2 test atau uji koefisien determinan (*Coefficient of determination test*).

f. Uji Koefisien Korelasi

Menurut (Yusi & Idris, 2016:150) adalah suatu ukuran relatif dari hubungan di antara dua variabel. Nilai koefisien ini bervariasi dari 0 sampai dengan +1. koefisien korelasi 0 berarti tidak ada hubungan, dan koefisien korelasi +1 menunjukkan adanya hubungan sempurna. Bila lebih besar dari 0, maka kedua variabel itu mempunyai hubungan positif. Sebaliknya jika koefisien korelasi tersebut lebih kecil dari 0, maka kedua variabel itu mempunyai korelasi negatif. Setelah melakukan uji koefisien korelasi, untuk menentukan keeratan hubungan antara variabel, dapat ditentukan dengan kriteria berikut:

Tabel 1.4
Hubungan Antarvariabel

Nilai	Interprestasi
0,000 - 0,199	Sangat Rendah
0,200 - 0,399	Rendah
0,400 - 0,599	Sedang
0,600 - 0,799	Kuat
0,800 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Yusi & Idris (2016:150)

g. Regresi Linear Berganda

Menurut (Priyatno, 2012:80) Analisis Regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen yang digunakan untuk memprediksi atau meramalkan suatu nilai variabel dependen berdasarkan variabel independen. Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda menurut (Yusi & Idris, 2016:160) adalah sebagai berikut:

$$\text{Rumus: } Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta dari persamaan regresi

β_1, β_2 = Koefisien regresi masing-masing variabel

X_1 = Kualitas produk

X_2 = Harga

h. Skala Pengukuran

Pengukuran pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian akan menggunakan Skala Likert. Menurut (Sugiyono, 2017:107), “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Metode ini penulis gunakan untuk menghitung persentase jawaban atas kuesioner yang dibagikan penulis kepada konsumen Toko Roti Istana Bakery.

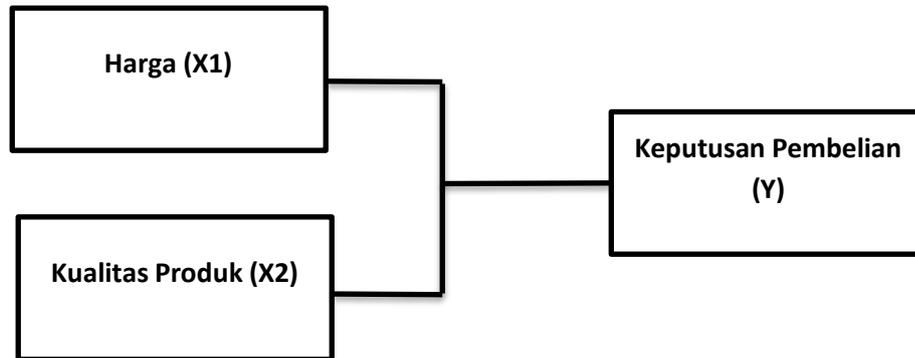
Tabel 1.5
Skala Likert

Faktor yang mempengaruhi	Keterangan	Bobot Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
CS	Cukup Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2017:107)

1.7 Kerangka Berfikir

Gambar 1.1
Kerangka Berpikir



1.8 Pengembangan Hipotesis

Menurut (Sugiyono, 2017:63) bahwa hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Berdasarkan kerangka berfikir diatas, maka dapat di tarik rumusan masalah atau dugaan sementara yang diambil sebagai hipotesis sebagai berikut:

H0: Variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

H1: Variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen

H0: Variabel Harga tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian.

H1: Variabel Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian.

H0: Variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian.

H1: Variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian.