

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN KARAKTERISTIK

RESPONDEN

2.1 Sejarah Perusahaan

Roti Bakar Eddy merupakan usaha yang didirikan oleh Eddy Supriadi, yang merintis mencari kehidupan di Ibu Kota Jakarta semenjak umur 15 tahun, ia pertama kali datang ke Jakarta semenjak tahun 1966. Eddy Supriadi datang ke Jakarta dengan modal dan bekal yang seadanya, pada awalnya Eddy hanya menjadi karyawan di warung roti bakar kaki lima dimana ia hanya bekerja membantu membereskan barang dagangannya. Dengan kesabaran dan perjuangan yang banyak ia mengumpulkan semua pendapatannya untuk ditabung dan membuat dia menjadi orang yang hemat dan sederhana. Sebelumnya Eddy mencoba jualan lontong sayur dan bubur ayam di wilayah dekat Universitas Al-Azhar Indonesia, Blok M.

Dengan melihat potensi peluang usaha Eddy melihat bahwa disekitar Universitas Al-Azhar Indonesia, Blok M masih belum ada yang berjualan roti bakar. Dengan modal pengetahuan yang ia punya saat menjadi pegawai roti bakar. Pada tahun 1971 awalnya modal yang dikeluarkan dengan sedikit mungkin, Eddy berawal berjualan roti bakar dengan gerobak, dengan seiring jalannya waktu melewati banyak rintangan seperti kebijakan pemerintah hanya dibatasi berjualan sampai jam 21.00 malam, Roti Bakar Eddy sempat mengalami kerugian, tetapi kegigihan Eddy dalam menjalankan usahanya terus berjalan, dengan perlahan bertambahnya banyak

gerobak yang ia punya untuk berjualan, sampai sekarang usaha yang kita kenal dengan Roti Bakar Eddy sudah sukses dan memiliki banyak tempat.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi

“Menciptakan sebuah usaha yang unggul dengan kualitas terbaik”

Visi dari Roti Bakar Eddy sendiri memiliki visi yang tidak panjang, tetapi memiliki visi yang jelas sesuai dengan cita cita kedepan perusahaan ini untuk memberikan produk yang terbaik kepada konsumen.

2.2.2 Misi

Dalam mencapai visi yang dibuat oleh Roti Bakar Eddy Roti Bakar Eddy memiliki misi:

1. Memberikan Kualitas yang terbaik
2. Memberikan pelayanan yang terbaik

2.3 Logo Perusahaan

Desain logo merupakan salah satu hal yang penting dalam suatu usaha, dengan adanya logo maka konsumen atau calon konsumen dapat mengenal nama suatu usaha dan dapat mengingat suatu usaha. Logo pada perusahaan Roti Bakar Eddy adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1 Logo Perusahaan Roti Bakar Eddy



Sumber: Roti Bakar Eddy,2023

Logo Roti Bakar Eddy melambangkan huruf “R” dan “B” yang merupakan singkatan dari roti bakar, serta memiliki tulisan “Blok M” ditengah logo melambangkan autentik Roti Bakar Eddy original.

2.4 Produk Roti Bakar Eddy

Produk makanan Roti Bakar Eddy yang dijual yaitu:

1. Roti Bakar Standar (1 Rasa)
2. Roti Bakar Medium (2 Rasa)
3. Roti Bakar Spesial
4. Roti Bakar Choco Crunchy
5. Roti Bakar Nutella
6. Pisang Bakar
7. Pisang Bakar Nutella

Daftar minuman yang dijual Roti Bakar Eddy

1. Teh Tarik panas/dingin
2. Ovaltine panas/dingin
3. Kopi Susu
4. Kopi Hitam
5. Jeruk Panas/dingin
6. *Mineral Water*
7. Aneka Jus
8. The Botol

2.5 Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini karakteristik responden dianalisis berdasarkan usia, jenis kelamin, pendapatan. Data mengenai responden ini hanya bertujuan untuk mengetahui karakteristik responden dengan mengambil data responden sebanyak 100 orang responden.

2.5.1 Jenis kelamin Responden

Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel 2.1 berikut:

Tabel 2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	63	63%
2	Perempuan	37	37%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Dari tabel 2.1 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 63 responden atau 63% dan dengan jumlah 37 responden atau 37% responden merupakan perempuan.

2.5.2 Usia Responden

Data karakteristik responden berdasarkan usia dengan menggunakan skala interval rumus interval sebagai berikut:

$$R = \text{Data terbesar} - \text{Data terkecil}$$

$$R = 29 - 17$$

$$= 12$$

Keterangan:

$$R = \text{Range}$$

Menentukan jumlah kelas

$$K = 1 + 3,3 \log n$$

$$K = 1 + 3,3 \log 100$$

$$K = 7,6 = 7$$

Keterangan:

K = Jumlah kelas

n = Banyak data

Menentukan panjang interval kelas

$$C = R/K$$

$$C = 12/7 = 1,7 = 2$$

Keterangan;

C = Lebar kelas

R = Range

K = Jumlah kelas

Data karakteristik responden berdasarkan usia menggunakan skala interval dapat ditunjukkan pada tabel 2.2 berikut ini:

Tabel 2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Interval Usia	Jumlah	Presentase
1	17-18	3	3%
2	19-20	12	12%
3	21-22	78	78%
4	23-24	4	4%
5	25-26	1	1%
6	27-28	0	0%
7	28-29	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2.2 dapat diketahui bahwa mayoritas responden berusia 22 tahun yaitu sebanyak 44 responden atau 44%, responden yang berusia 17 tahun memiliki jumlah responden sebanyak 1% atau sebanyak 1 orang, yang berusia 18 tahun memiliki 2% responden atau sebanyak 2 orang, yang berusia 19 tahun memiliki 1% responden atau sebanyak 1 orang, yang berusia 20 tahun memiliki 11% responden atau sebanyak 11 orang, yang berusia 21 tahun memiliki 34% responden atau sebanyak 34 orang, yang berusia 23 tahun memiliki 3% responden atau sebanyak 3 orang, yang berusia 24 memiliki 1% responden atau sebanyak 1 orang, yang berusia 25 memiliki 1% responden atau sebanyak 1 orang, yang berusia 27 memiliki 1% responden atau sebanyak 1 orang, yang berusia 29 memiliki 1% responden atau sebanyak 1 orang.

2.5.3 Pendapatan

Berdasarkan pendapatan responden, terdiri atas lima kelompok yaitu pendapatan <Rp1.500.000, Rp1.500.000 – Rp3.000.000, Rp3.000.000 – Rp4.500.000, Rp4.500.000 – Rp6.000.000, dan >Rp6.000.000. Data karakteristik responden berdasarkan pendapatan atau uang saku dapat ditunjukkan pada tabel 2.3 berikut:

Tabel 2.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku

No	Pendapatan/Uang Saku	Jumlah	Presentase
1	≤Rp1.500.000	23	23%
2	>Rp1.500.000 – Rp3.000.000	45	45%
3	>Rp3.000.000 – Rp4.500.000	10	10%
4	>Rp4.500.000 – Rp6.000.000	13	13%
5	>Rp6.000.000	9	9%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Dari tabel 2.3 diatas dapat diketahui bahwa Sebagian besar pendapatan atau uang saku responden yaitu Rp1.500.000 – Rp3.000.000 sebanyak 45% atau 45 orang, responden yang memiliki pendapatan atau uang saku <Rp1.500.000 sebanyak 23% atau 23 orang, responden yang memiliki pendapatan atau uang saku Rp3.000.000 – Rp4.500.000 sebanyak 10% atau 10 orang, responden yang memiliki pendapatan atau uang saku Rp4.500.000 – Rp6.000.000 sebanyak 13% atau 13 orang, responden yang memiliki pendapatan atau uang saku >Rp6.000.000 sebanyak 9% atau 9 orang.

BAB III

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI BAKAR EDDY JAKARTA SELATAN

Bab ini membahas hasil analisis penelitian yang dilakukan dan disajikan dalam tabel tentang harga, kualitas produk, dan proses pengambilan keputusan pembelian. Data yang dikumpulkan dengan total 100 responden merupakan konsumen dari Roti Bakar Eddy. Analisis yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan aplikasi program SPSS (*Statistical Program for Science*) untuk memperoleh hasil pengujian. Pada penelitian ini terdapat beberapa pengujian seperti, uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi sederhana, analisis regresi berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi.

3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengevaluasi validitas indikator untuk semua variabel dalam penelitian. Uji validitas bertujuan untuk mengukur kredibilitas pertanyaan yang disebarluaskan. Variabel yang diteliti termasuk harga, kualitas barang, dan proses pengambilan keputusan saat membeli. Hasil dari uji validitas yang diperoleh melalui aplikasi program SPSS (*Statistical Program for Science*) berupa r hitung yang dibandingkan dengan r tabel. Pada penelitian ini terdapat 100 responden, dengan nilai tabel yang diperoleh dengan menghitung df (*Degree of Freedom*) = $n-2$, maka $df = 98$. Maka nilai r tabel pada uji validitas sebesar 0,1966. Terdapat kriteria dalam menentukan hasil pengujian sebagai berikut: