



**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

(Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Di Kota Semarang)

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Meyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Cindy Mega Puspita

14020216120018

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2020

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Cindy Mega Pupsita
NIM : 14020216120018
Departemen : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

**Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan
Minat Beli Sebagai Variabel *Intervening***

(Studi pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang)

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 10 Mei 2020

Pembuat Pernyataan,

Cindy Mega Puspita

NIM 14020216120018

MOTTO

4B (Berdoa, Bekerja, Berjuang, dan Berserah pada Tuhan sepenuhnya)

Ketika kamu lemah dan tawar hati, ingatlah wajah orang-orang yang selalu mendukung,
mendoakan, dan menantikan kesuksesanmu

Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala
hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur

(Filipi 4:6)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Tuhan, skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Tuhan Yesus Kristus Sang Imanuel Sejatiku.
2. Keluarga saya yang sangat saya kasihi yaitu (Alm) Papa Ong Soen Bing, Mama Swan, dan kedua kakak saya yaitu Oh Bagus, Oh Yoga, serta tante saya yaitu kokim yang selalu mendukung, mendoakan, menasehati, dan mengajarkan banyak hal baik dari segi rohani, nilai kehidupan, hingga semangat untuk terus berjuang, bekerja keras, dan selalu optimis apapun kondisi yang terjadi. Terimakasih Tuhan aku bisa punya keluarga yang sangat menyayangiku, ijinkan aku untuk membalas semua kebaikan dan kerja keras kalian yang luarbiasa melalui kesuksesanku Amin. God bless us
3. Kakak rohaniku yaitu Kak Dony dan Kak Ana yang sudah jadi wakil orangtua di Semarang. Trimakasih kak sudah sabar dan banyak mengajarkan value Firman Tuhan yang belum pernah aku dapet sebelumnya. Bahkan nggak nyangka

ketemu kalian dari maba yang seperti kebetulan dan ternyata bisa pelayanan bareng kalian sampe diakhir perkuliahan ini. Kehidupan kalian sungguh menginspirasi

4. GIV (George Ishak Victor), ini adalah orang yang selalu minta aku repotin dan orang nomor 1 yang suka menawarkan bantuan. Ia juga merupakan orang yang berasal dari ujung timur sana (Jember) yang tiba tiba mendarat di Semarang thn 2018 karna kuliah dan ketemu digreja, kepanitaan natal dll, dan punya kehectican pelayanan like me. Thank you ya udah slalu semangat, doain, ngajak makan dan sabar dengerin kalo aku ngeluh, kadang nemeni nykripsi, sering kena imbas klo lagi mumet skripsi dll. Baru kali ini ketemu orang kayak kamu 😊.
5. Tanpil, sahabatku dari sd, smp, sma sampe sekarang. Thank you pil meskipun kamu udah capek kerja tapi kalo telepon slalu nanyain tentang kuliahku, skripsiku, kisah cintaku wkwkwk dan slalu semangat. Makasih dah mau negur blak blakan apa adanya kalo aku salah, makasih udh mau jadi sahabat baiku meskipun kita sering berantem. Smoga kita bisa jadi orang yang sukses sama sama ya pil.
6. Sab sab sobat ambyarku di era perkuliahan ini, makasih buanyak ya sab udah jadi temen seperjuangan cicik dalam ngukir masa depan slama jadi mahasiswi dan anak kos yang hqq. Makasih sab udah jadi partner ngakak ku every day sampe pernah ttttt hahahaha, nemeni cicik muter muter simpang lima, ngajarin cicik soal penampilan, edukasi percintaan, dengerin semua yang lagi tak pikirin, pengertian kalo cicik lapfar pengen jajan ini itu. Pokoknya kia harus jadi orang

yang sukses, kaya bareng dan masing masing kita punya keluarga yang bahagia, dan bisa jalan jalan bareng ke Bali.

7. Jojo temen batak acu yang pertama kali aku temuin di Semarang, dan dari dia aku jadi punya pikiran kalau nggak semua orang batak itu kasar, karna kamu kalem, baik, sabar, bijak bahkan menarik kalau ngomong. Meskipun kamu suka *mood swing* dan aku kena imbasnya. Tetep kamu adalah sobat batak terbaiku sepanjang masa. Smoga bisa ketemu setelah kerja nanti, aku bisa main ke kampungmu ya jor, bisa makan makanan yang slama ini kamu critain e nakkk banget pake parah, dan nikmatin alam yang kamu bilang cantik dan indah banget pake serius. Thank you jojorkuh udh sabar buat ngajarin formatting dengan kebawelanku wkwkwk 😊
8. Sherly, thank you sher udah jadi partner pelayananku buat ngurus kesan bareng, pelayanan digreja bareng, ndengerin curhatanku, nyemangatin, dan bagiiin banyak hal soal value yang kamu punya. Nggak nyangka si bisa temenan seakrab ini dan pelayanan bareng kamu, padahal pas di Pekalongan segereja bareng, sekelas agama bareng ya biasa aja. Emang nda ada yang kebetulan. Smangat terus melayani dan berdampak dimanapun kita berada nanti yaw.
9. Tata, makasih ya ta udah jadi adek mentee yang taat, terbuka, apa adanya, dan percaya dalam proses mentoring bareng kk. Makasih udah sering nyemangatin skripsiku dll. Smoga Tuhan pakai dan perluas lagi pelayananmu dan yang pasti Tuhan akan mampukan itu, dan dimanapun kita nanti berada smoga masih tetep bisa komunikasi dan punya relasi yang baik ya.

10. Thank you abang Siborong borong si Marboenz yang super ambis, meskipun caramu tidak lazim seperti orang pada umumnya dalam semangatin aku, yaitu dengan ngejek, bully dll. Tenang aku bisa liat dari cara pandang yang beda kok. Makanya jadi bikin aku semangat, kamu aja bisa pasti aku bisa wkwkkw. Smoga crita panjang mu yang berjam jam itu bisa terwujud ya segala impian dan harapanmu, jadi pas reuni 10 tahun kedepan bisa makin dewasa kamu roy dan tentunya sudah bisa jadi anak yang bangga keluarga.
11. Laela dan Christintun, thank you kalian berdua udh jadi temen belajar dan hectic bareng kalo ada tugas, uts, uas dll sampe sering nginap menginap karna belajar. Meskipun laela pendiem dan titin agak galak tapi kalian suka negur yang bener, Cayang kalian, luvv
12. Bekti, thank you wengs udah jadi temen akrabku dari SMA sampe sekarang, kamu tu temenku yang apa adanya, slalu nyemangatin aku kalo aku pasti bisa buat atasin ini dan itu, serig ngingetin kalo ada masalah buat doa, ngehibur, dan ngomel kalo aku pas salah. Maacih wengs ku. Sukses ya buat kita
13. Shila dan Bina, thank you gengs udah jadi temen dri jaman bahula sampe sekarang dan slalu saling semangatin dalam perjuangan skripsi sampe masa depan. Sama kalian aku nyaman karna aku bisa bersikap apa adanya sifatku dan bisa saling trima satu sama lain. Kita semua slalu cerita lagi deket sama a,b,c. lihat aja nnti dipernikahan pasangan masing masing kita itu siapa ya, apakah yang slama ini kita critain atau belum kita kenal wkwkwk. Loph you
14. Resi dan Lisa, thank you gais disela sela sibuknya skripsi kita malah bisa punya bisnis cuan.bouquete. Luarbiasah banget si pengalaman sama kalian yang pernah

ikut lomba pmw, bisnis plan yang sampe nggak tidur bareng dan belum pernah menang tapi tetep optimis bahkan saling semangat satu sama lain hingga memutuskan untuk rintis bisnis bareng dari modal patungan dan seadanya. Aku yakin sih nggak ada hal yang sia sia buat berani berusaha dan mencoba, karna kita masih muda *trial error* itu wajar, semangat buat merintis karier dan bisnisnya. Aku percaya kita bertiga bisa jadi entrepreneur yang sukses Amin.

15. Pak Agung, dosen pembimbing skripsi yang selalu mengusahakan waktu jika kita meminta untuk bimbingan ditengah tengah kesibukannya yang luar biasa, Terimakasih ya Pak telah banyak membantu saya.

16. Teman-teman seperbimbingan Bu Pak Agung, Sekar, Syifa, Ain, Mumei, dan Widya yang saling memberi semangat dan mendukung satu sama lain.

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang)

ABSTRAKSI

Tingkat penjualan produk dapat menunjukkan keputusan pembelian oleh konsumen. Berdasarkan data omzet penjualan Rocket Chicken WolterMonginsidi di Kota Semarang bersifat fluktuatif dan belum mencapai target. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel *intervening* Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*. Pengambilan sampel menggunakan teknik pendekatan sampling *purposive* dengan sampling insidental sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dan kuantitatif dengan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi, uji t dengan aplikasi SPSS versi 22.0 serta analisis sobel untuk menguji pengaruh variabel *intervening*. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli, harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli, kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian, minat beli berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian, tidak terdapat pengaruh dan signifikan harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli, terdapat pengaruh dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli.

Saran yang diberikan agar dapat meningkatkan keputusan pembelian adalah dengan usaha perbaikan pada variabel harga, kualitas produk dan minat beli. Pada aspek harga, dalam menentukan harga perusahaan perlu menyesuaikan harga rumah makan siap saji yang lain atau kompetitor, menyediakan *loyalty card* bagi pelanggan dan dapat memberikan potongan harga atau diskon bagi pelanggan yang membeli produk dalam jumlah banyak dan membuat konsumen tertarik untuk membeli produk. Pada aspek kualitas produk perusahaan dapat inovasi produk dengan model dan perpaduan warna yang baru untuk kemasannya agar membuat bentuk kemasan lebih menarik, melakukan pengawasan yang ketat pada bagian produksi, mulai dari pengawasan bahan baku sampai penyajian dan menjaga kualitas rasa yang enak, melakukan inovasi menu produk makanan atau minuman baru agar lebih beragam. Pada aspek minat beli perusahaan dapat meningkatkan kesesuaian harga maupun kualitas produk yang diharapkan konsumen.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Minat Beli, dan Keputusan Pembelian

**THE EFFECT OF PRODUCT PRICE AND QUALITY ON PURCHASE
DECISIONS WITH INTEREST IN BUYING AS INTERVENING VARIABLES
(Study on Rocket Chicken Wolter Monginsidi in Semarang City)**

ABSTRACT

The level of product sales can indicate purchasing decisions by consumers. Based on data sales turnover Rocket Chicken WolterMonginsidi in Semarang City is fluctuating and has not reached the target. This study discusses the price and quality of products against purchases with buying interest as a variable that intervenes in Wolter Chicken Wolter Monginsidi in Semarang City. This type of research is explanatory research. Sampling uses a purposive sampling technique with incidental sampling of 100 respondents who are consumers who have made a purchase of Rocket Chicken Wolter Monginsidi products in the city of Semarang. Data collection techniques using questionnaires, interviews, and literature study. This research uses qualitative and quantitative analysis with validity, reliability, comparison coefficient, determination coefficient, regression analysis, t test with SPSS version 22.0 application and sobel analysis to look for the influence of intervening variables. Based on the results of research showing significant and significant prices on buying interest, important and significant prices on purchasing decisions, questionable product quality and significant on buying interest, related product quality and significant on buying decisions, buying interest and significant on purchasing decisions , unnecessary Because there are significant differences between buying decisions through buying interest, a significant and significant influence on buying decisions through buying interest.

Suggestions are given in order to improve purchasing decisions by improving efforts on variable prices, product quality and buying interest. In the price aspect, in determining the price the company needs to adjust the price of other fast food restaurants or competitors, provide loyalty cards for customers and can provide discounts or discounts for customers who buy products in large quantities and make consumers buy to buy products. In the aspect of product quality the company can use new models and color combinations for its packaging to make the packaging more attractive, carry out strict supervision of the production department, starting from supervising raw materials to serving and improving the quality of good taste, looking for food or beverage product menus in order more diverse. In the aspect of interest in buying a company can increase the suitability of prices with product quality expected by consumers.

Keywords: Price, Product Quality, Purchase Interest, and Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus. atas anugrah dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Saya sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul : **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Moginsidi di Kota Semarang)”** ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada :

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, MTPDr. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Bulan Prabawani, S.Sos, M.M., Ph.D. selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Agung Budiarmo, S.Sos, MM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Riandhita eri Werdani, SBM, MSM. selaku dosen penguji.
5. Prof. Prof. Dr. Dra. Naili Farida M.Si. selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah membantu selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen Departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.
8. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Apabila dalam penyusunan karya ilmiah ini terdapat kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 10 Mei 2020

Penulis

Cindy Mega Puspita

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAKSI	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
1.5 Kerangka Teori.....	13
1.5.1 Pemasaran	13
1.5.2 Perilaku Konsumen	16
1.5.3 Harga.....	19
1.5.4 Kualitas Produk.....	24
1.5.5 Minat Beli Konsumen	29
1.5.6 Keputusan Pembelian.....	32
1.5.7 Pengaruh Antar Variabel Penelitian.....	35
1.6 Penelitian Terdahulu.....	39
1.7 Hipotesis.....	44
1.8 Definisi Konseptual	45
1.8.1 Harga.....	45

1.8.2	Kualitas Produk.....	46
1.8.3	Minat Beli	46
1.8.4	Keputusan Pembelian.....	46
1.9	Definisi Operasional.....	46
1.9.1.	Harga.....	46
1.9.2.	Kualitas Produk.....	47
1.9.3	Minat Beli	47
1.9.4.	Keputusan Pembelian.....	48
1.10	Metode Penelitian.....	48
1.10.1	Tipe Penelitian	48
1.10.2	Populasi dan Sampel	49
1.10.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	50
1.10.4	Jenis dan Sumber Data.....	52
1.10.5	Teknik Pengumpulan Data.....	53
1.10.6	Skala Pengukuran.....	54
1.10.7	Teknik Pengolahan Data	55
1.10.8	Teknik Analisa Data.....	56
BAB II.....		63
GAMBARAN UMUM ROCKET CHICKEN WOLTER MONGINSIDI SEMARANG DAN RESPONDEN PENELITIAN		63
2.4	Sejarah dan Gambaran Umum Rocket Chicken.....	63
2.2	Visi dan Misi Rocket Chicken.....	65
2.2.1	Visi	66
2.2.2	Misi	67
2.3	Logo Perusahaan	68
2.4	Struktur Organisasi Perusahaan.....	69
2.5	Daftar Menu Rocket Chicken Wolter Monginsidi Semarang	73

2.6	Bidang Usaha Rocket Chicken	76
2.7	Ketenagakerjaan	76
2.7.1	Jam Kerja Karyawan	77
2.7.2	Sistem Penggajian dan Kesejahteraan Rocket Chicken	77
2.8	Gambaran Umum Responden.....	77
2.8.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	78
2.8.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
2.8.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Marital	79
2.8.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	80
2.8.5	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	80
2.8.6	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	81
2.8.7	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Menu yang Sering Dibeli....	82
BAB III		83
PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL <i>INTERVENING</i> (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang).....		83
3.1	Uji Validitas dan Realibilitas	83
3.1.1	Uji Validitas.....	84
3.1.2	Uji Reliabilitas	87
3.2	Analisis Deskripsi Variabel.....	89
3.2.1	Persepsi Responden terhadap Variabel Harga (X1).....	89
3.2.2	Persepsi Responden terhadap Kualitas Produk (X2)	97
3.2.3	Persepsi Responden terhadap Minat Beli (Z).....	107
3.2.4	Persepsi Responden terhadap Keputusan Pembelian (Y)	113
3.3	Analisis Pengaruh Harga terhadap Minat Beli	120
3.3.1	Koefisien Korelasi.....	120
3.3.2	Koefisien Determinasi.....	121

3.3.3	Regresi Linier Sederhana	121
3.3.4	Uji t	123
3.4	Analisis Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	123
3.4.1	Koefisien Korelasi Harga terhadap Keputusan Pembelian	124
3.4.2	Koefisien Determinasi (R^2).....	124
3.4.3	Regresi Linier Sederhana	125
3.4.4	Uji t	126
3.5	Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	127
3.5.1	Koefisien Korelasi Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	127
3.5.2	Koefisien Determinasi (R^2).....	128
3.5.3	Regresi Linier Sederhana	128
3.5.4	Uji t	129
3.6	Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	130
3.6.1	Koefisien Korelasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	130
3.6.2	Koefisien Determinasi (R^2).....	131
3.6.3	Regresi Linier Sederhana	131
3.6.4	Uji t	133
3.7	Analisis Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	134
3.7.1	Koefisien Korelasi.....	134
3.7.2	Koefisien Determinasi (R^2).....	135
3.7.3	Regresi Linier Sederhana	135
3.7.4	Uji t	136
3.8	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	137
3.9	Analisis Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai variabel <i>intervening</i>	139
3.9.1	Uji Mediasi Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli .	140

3.9.2	Hasil Uji Mediasi Uji Sobel Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli	145
3.10	Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai variabel intervening.....	147
3.10.1	Uji Mediasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli	147
3.10.2	Hasil Uji Mediasi Uji Sobel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli	152
3.11	Pembahasan	154
BAB IV	161
PENUTUP	161
4.1	Kesimpulan	161
4.2	Keterbatasan Penelitian.....	163
4.3	Saran.....	164
DAFTAR PUSTAKA	167
LAMPIRAN	171

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Harga Menu Paket Rocket Chicken dan Olive Fried Chicken	4
Tabel 1. 2 Target dan Penjualan RC Wolter Monginsidi pada tahun 2016 – 2018	8
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu	39
Tabel 2. 1 Menu Makanan Rocket Chicken.....	73
Tabel 2. 2 Menu Minuman Rocket Chicken	75
Tabel 2. 3 Usia Responden.....	78
Tabel 2. 4 Jenis Kelamin Responden	79
Tabel 2. 5 Status Marital Responden	79
Tabel 2. 6 Pendidikan Terakhir Responden	80
Tabel 2. 7 Pekerjaan Responden	81
Tabel 2. 8 Pendapatan Responden	81
Tabel 2. 9 Identitas Responden Berdasarkan Menu yang Sering Dibeli.....	82
Tabel 3. 1. Hasil Uji Validitas Harga (X1)	85
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)	85
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Minat Beli (Z)	86
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	87
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas	88
Tabel 3. 6 Keterjangkaun Harga Produk Rocket Chicken	90
Tabel 3. 7 Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	91
Tabel 3. 8 Daya Saing Harga Rocket Chicken.....	92
Tabel 3. 9 Kesesuaian Harga dengan Manfaat.....	94
Tabel 3. 10 Rata-Rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga.....	95
Tabel 3. 11 Kategorisasi Variabel Harga	97
Tabel 3. 12 Rocket Chicken memiliki daya tahan produk yang baik	98
Tabel 3. 13 Keandalan pada kualitas produk Rocket Chicken.....	99
Tabel 3. 14 Kemenarikan penyajian pada produk Rocket Chicken.....	100
Tabel 3. 15 Aroma pada produk Rocket Chicken	101
Tabel 3. 16 Rasa sedap/ enak pada produk Rocket Chicken.....	102

Tabel 3. 17 Rocket Chicken memiliki cukup banyak varian menu produk.....	103
Tabel 3. 18 Rata-Rata Jawabn Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk	104
Tabel 3. 19 Kategorisasi Variabel Kualitas Produk.....	106
Tabel 3. 20 Keinginan konsumen untuk membeli produk Rocket Chicken	107
Tabel 3. 21 Menjadikan produk Rocket Chicken sebagai preferensi utama.....	108
Tabel 3. 22 Konsumen akan mencari informasi sebelum membeli produk Rocket Chicken	109
Tabel 3. 23 Rata-Rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Minat Beli	110
Tabel 3. 24 Kategorisasi Variabel Minat Beli.....	112
Tabel 3. 25 Kemantapan konsumen untuk melakukan pembelian.....	113
Tabel 3. 26 Keseringan konsumen dalam membeli produk Rocket Chicken	114
Tabel 3. 27 Ketersediaan konsumen untuk merekomendasikan Rocket Chicken kepada orang lain.....	115
Tabel 3. 28 Keinginan Konsumen Rocket Chicken untuk melakukan Pembelian Ulang	116
Tabel 3. 29 Rata-Rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian	118
Tabel 3. 30 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	120
Tabel 3. 31 Hasil Uji Korelasi Variabel Harga terhadap Minat Beli	121
Tabel 3. 32 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Harga terhadap Minat Beli.....	121
Tabel 3. 33 Hasil Uji Korelasi Harga terhadap Keputusan Pembelian	124
Tabel 3. 34 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Harga terhadap Keputusan Pembelian	125
Tabel 3. 35 Hasil Uji Korelasi Variabel Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	127
Tabel 3. 36 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Kualitas Produk terhadap Minat Beli	128
Tabel 3. 37 Hasil Uji Korelasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	131
Tabel 3. 38 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	132
Tabel 3. 39 Hasil Uji Korelasi Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	134
Tabel 3. 40 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	135

Tabel 3. 41 Pengujian Analisis Jalur.....	137
Tabel 3. 42 Regresi Harga terhadap Minat Beli.....	140
Tabel 3. 43 Regresi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	141
Tabel 3. 44 Regresi Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian	142
Tabel 3. 45 Regresi Harga dan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian	143
Tabel 3. 46 Hasil Regresi, Koefisien, dan Signifikansi	144
Tabel 3. 47 Regresi Kualitas Produk terhadap Minat Beli	148
Tabel 3. 48 Regresi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	149
Tabel 3. 49 Tabel Regresi Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian	150
Tabel 3. 50 Regresi Kualitas Produk dan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.	150
Tabel 3. 51 Hasil Regresi, Koefisien, dan Signifikansi (Kualitas Produk, Minat Beli, dan Keputusan Pembelian)	151

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Low Involvement Purchase</i> (<i>Nominal decision making</i>).....	32
Gambar 1.2 Model Kerangka Penelitian	45
Gambar 1.3 Kurva Uji t (<i>Two Tail</i>).....	60
Gambar 1.4 Path Analysis.....	61
Gambar 1.5 Uji Sobel.....	61
Gambar 2.1 Logo Rocket Chicken.....	69
Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Rocket Chicken Wolter Monginsidi	70
Gambar 3.1 Pengujian Hipotesis dengan t-Test Variabel Harga terhadap Minat Beli	123
Gambar 3.2 Pengujian Hipotesis dengan t-Test Variabel Harga terhadap Minat Beli	127
Gambar 3.3 Pengujian Hipotesis dengan t-Test Variabel Kualitas Produk	130
Gambar 3.4 Pengujian Hipotesis dengan t-Test Variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	134
Gambar 3.5 Pengujian Hipotesis dengan t-Test Variabel Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	137
Gambar 3.6 Metode Uji Mediasi Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening	140
Gambar 3.7 Kerangka Uji Sobel Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli.....	145
Gambar 3.8 Hasil Uji Sobel Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli	146
Gambar 3.9 Metode Uji Mediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening	147
Gambar 3.10 Kerangka Uji Sobel Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli.....	153
Gambar 3.11 Hasil Uji Sobel Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli.....	153