



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI TAWAR SARI ROTI**

(Studi Pada Roti Tawar Sari Roti Di Kota Semarang)

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun :

SEPTYTIANA WAHYU MULYADI

14020216120008

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

2020

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Septytiana Wahyu Mulyadi
Nomor Induk Mahasiswa : 14020216120008
Tempat / Tanggal Lahir : Rembang / 1 September 1998
Departemen / Program Studi : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah (skripsi) yang saya tulis dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Roti Tawar Sari Roti di Kota Semarang.”**

Adalah benar-benar hasil karya ilmiah tulisan saya sendiri bukan hasil karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil jiplakan karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi akademis berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipergunakan sebagaimana semestinya.

Semarang, 16 Desember 2020
Pembuat pernyataan,



Septytiana W.M.
NIM.14020216120008

PENGESAHAN

PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap
Keputusan Pembelian Roti Tawar Sari Roti di Kota Semarang
Nama Penyusun: Septyiana Wahyu Mulyadi
Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata
pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro.

Semarang, 16 Desember 2020

Dekan

Wakil Dekan I



Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP
NIP.196408271990011001



Drs. Teguh Yuwono, M. Pol. Admin
NIP.196908221994031003

Dosen Pembimbing:

1. Drs. Wahyu Hidayat, M. Si



Dosen Penguji:

1. Agung Budiarmo, S.Sos., MM



2. Prof. Sudharto PH, MES, Ph.D



3. Drs. Wahyu Hidayat, M. Si



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap “

(Q.S. Al-Insyirah : 6-8).

Puji syukur kehadirat Allah Swt. skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Orangtua saya tercinta dan paling aku sayangi Ibu Sri Wahyu Rejeki dan Bapak Mulyadi yang selalu memberikan dukungan cinta, kasih sayang, dan doa yang tiada henti. Dengan selesainya skripsi ini merupakan kebanggaan bagi mereka.
2. Kakek dan Nenek saya tercinta Panikun dan Ngadimah yang selalu memberi dukungan dan doa terhadap saya.
3. Adik saya tercinta Yulyliana Wahyu Mulyadi dan Oktoviano Wahyu Mulyadi yang selalu memberi dukungan dan doa terhadap saya.
4. *Partner* yang selalu ada yang selalu mengingatkan saya untuk mengerjakan skripsi, memberi dukungan dan menemani saya selama kuliah hingga saya lulus, Kresno Bayu Wicaksono.
5. Sahabat tersayang yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih selalu menyemangati, mendoakan dan mengingatkan saya terhadap segala kebaikan.
6. Teman seperbimbingan Vika, Nurliya, Arifa, Ditra dan Boy terimakasih karena menemani masa masa bimbingan.
7. Untuk diriku yang tidak pernah menyerah dan selalu sayang sama diri sendiri.
8. Seluruh dosen Administrasi Bisnis dan teman-teman Administrasi Bisnis angkatan2016.

ABSTRAKSI

Pada masa sekarang ini roti semakin tidak terbatas digunakan untuk pengganti sarapan, untuk makan siang, bahkan makan malam juga. Seiring dengan perkembangan masa dan inovasi yang semakin berkembang memunculkan banyak sekali produk-produk roti tawar dari berbagai merek lain. Pada 2018 Sari Roti mengalami penurunan penjualan secara signifikan. Untuk mempertahankan konsumen perlu strategi yang efisien seperti peningkatan kualitas produk, harga yang terjangkau, dan citra merek yang baik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan, harga, citra merek terhadap keputusan pembelian pada Sari Roti. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*, populasi yang diambil yaitu orang yang pernah membeli, memakan serta mengambil keputusan sebagai konsumen Sari Roti dan mengambil sample sebanyak 100 orang dengan teknik sampling non probability melalui teknik *purposive sampling* dan teknik *accidental sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan sistem angket. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana dan berganda, serta uji signifikan (uji t dan uji f) dengan aplikasi Software SPSS versi 2.2.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh dalam keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian penulis menyarankan untuk meninjau kembali harga yang ditetapkan dengan memberi diskon agar dapat bersaing dengan kompetitor lain, meningkatkan pelayanan dan menambah inovasi menu baru pada produk makanan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

In modern times like this, bread is increasingly unlimited usable substitute for breakfast, for lunch, and even for dinner. Along with the development of times and innovations, there are many white bread products from various brands. In 2018 Sari Roti experienced a significant decrease in sales. To retain consumers, efficient strategies are needed, such as improving product quality, affordable prices, and a good brand image.

This study aims to determine the effect of food quality, price, the brand image on buying decisions on Sari Roti. This type of research is explanatory research with the population the population taken is people who have bought, eaten and made decisions as Sari Roti consumers and took 100 people with a non-probability sampling technique through purposive sampling technique and accidental sampling technique. The data collection method uses a questionnaire system. This research uses quantitative analysis with validity test, reliability test, correlation coefficient, determination coefficient, simple and multiple regression analysis, and significant test (t-test and f test) with SPSS software version 2.2.

The result of this study shows there's an indication that the quality of food products, price, and brand image influence purchasing decisions. Based on the results, the writer suggested reviewing the designated price by giving discounts to compete with other competitors, improving service and menu innovation on the food product.

Keywords: *Product Quality, Price, Brand Image, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.

Penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Roti Tawar Sari Roti di Kota Semarang**” tidak terlepas dari kerja sama dan bantuan dari berbagai pihak yang terlibat. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu, mendukung, dan memberikan doa dalam proses penelitian ini sehingga dapat berjalan dengan lancar serta dapat terselesaikan dengan baik,

1. Dr. Hardi Warsono, MTP, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
2. Bulan Prabawani, S.Sos, MM, Ph.D selaku ketua Departemen Administrasi Bisnis yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi dan membantu selama masa perkuliahan.
3. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si, selaku ketua Prodi Administrasi Bisnis yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi dan membantu selama masa perkuliahan.
4. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Agung Budiarmo, S.Sos, MM, selaku dosen penguji yang telah membantu selama masa perkuliahan.
6. Prof. Sudharto PH,.MES,.Ph.D, selaku dosen wali yang telah membantu selama masa perkuliahan.

7. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen Departemen Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengarahan selama proses perkuliahan.
8. Head SCM Officer PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk Semarang yang telah memberikan izin dan membantu dalam dalam penelitian ini.
9. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.
10. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

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

Semarang, 16 Desember 2020

Penulis



Septytiana Wahyu Mulyadi

NIM. 14020216120008

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAKSI	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kegunaan Penelitian	12
1.5 Kerangka Teori	13
1.5.1 Keputusan Pembelian (Variabel Y).....	14
1.5.2 Kualitas Produk (Variabel X1).....	16
1.5.3 Harga (Variabel X2)	20
1.5.4 Citra Merek (Variabel X3).....	24
1.6 Hipotesis	32
1.6.1 Hubungan Antar Variabel	33
1.7 Definisi Konsep.....	38
1.8 Definisi Operasional.....	40
1.9 Metoda Penelitian	42
1.9.1 Tipe Penelitian.....	42
1.10 Populasi dan Sampel.....	42
1.10.1 Populasi.....	42
1.9.2 Sampel.....	43

1.11	Teknik Pengambilan Sampel	43
1.12	Jenis dan Sumber Data.....	45
1.12.1	Jenis Data	45
1.12.2	Sumber Data	45
1.13	Skala Pengukuran.....	46
1.14	Teknik Pengumpulan Data.....	46
1.15	Instrumen Penelitian	46
1.16	Teknik Analisis	47
BAB II GAMBARAN UMUM PT. NIPPON INDOSARI CORPINDO		57
2.1	Profil PT. Nippon Indosari Corpindo.....	57
2.2	Visi dan Misi.....	59
2.2.1	Visi	59
2.2.2	Misi	59
2.3	Alamat.....	59
2.4	Logo Sari Roti.....	59
2.6	Struktur Organisasi	61
2.5.1	Job Description	61
2.6	Identitas Responden	65
2.6.1	Identitas Responden Berdasarkan Umur	65
2.6.2	Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	66
2.6.3	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	67
2.6.4	Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
2.6.5	Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	70
BAB III HASIL PENELITIAN		71
3.1	Uji Validitas dan Realibilitas	71
3.1.1	Uji Validitas	71
3.1.2	Uji Reabilitas	75
3.2	Analisis Data dan Interpretasi Hasil Penelitian.....	77
3.2.1	Persepsi Responden tentang Kualitas Produk	77
3.2.2	Persepsi Responden Tentang Harga	88
3.2.3	Persepsi Responden Tentang Variabel Citra Merek	95
3.3	Uji Hipotesis	108
3.3.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	108

3.3.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	115
3.3.3	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	123
3.3.4	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	131
3.4	Pembahasan.....	140
BAB VI PENUTUP		144
4.1	Kesimpulan	144
4.2	Saran	145
DAFTAR PUSTAKA		147

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 1.2 Uji t.....	54
Gambar 1.3 Uji f	55
Gambar 2.1 Logo Sari Roti	60
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Sari Roti.....	61
Gambar 3.1 Pengujian Hipotesis Satu dengan t-test	115
Gambar 3.2 Pengujian Hipotesis dua dengan t-test	122
Gambar 3.3 Pengujian Hipotesis tiga dengan t-test	130
Gambar 3.4 Kurva Hipotesis empat dengan t-test	139

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Roti Tawar Sari Roti di Kota Semarang	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Produk Terbanyak Roti Tawar Sari Roti di Kota Semarang.....	3
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 1.4 Koefisien Korelasi.....	50
Tabel 2.1 Identitas Responden Berdasarkan Umur.....	66
Tabel 2.2 Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	67
Tabel 2.3 Identitas Reponden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	68
Tabel 2.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 2.5 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi pembelian.....	70
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	72
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	73
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Citra Merek	74
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	75
Tabel 3.5 Hasil Uji Reabilitas Variabel	76
Tabel 3.6 Persepsi mengenai cita rasa makanan	78
Tabel 3.7 Persepsi Mengenai Kadaluwarsa Produk.....	79
Tabel 3.8 Persepsi Mengenai Tampilan Produk	80
Tabel 3.9 Persepsi Mengenai kemasan yang Praktis	81
Tabel 3.10 Persepsi Mengenai Kebersihan Produk.....	82
Tabel 3.11 Cita Rasa Makanan	83
Tabel 3.12 Kesempurnaan Masakan	84
Tabel 3.13 Persepsi Mengenai Variasi Rasa	85
Tabel 3.14 Persepsi Mengenai Variasi Rasa Sesuai Kebutuhan.....	86
Tabel 3.15 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk	87
Tabel 3.16 Persepsi Mengenai Keterjangkauan Harga	89
Tabel 3.17 Persepsi Mengenai Kesesuaian Harga	90
Tabel 3.18 Persepsi Mengenai Harga Yang Tinggi	91
Tabel 3.19 Persepsi Mengenai Kesesuaian Harga Dengan Cita Rasa	92
Tabel 3.20 Persepsi Mengenai Kesesuaian Harga Dengan Kemampuan Daya Beli	93
Tabel 3.21 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga.....	94
Tabel 3.22 Persepsi Mengenai Citra Merek Dikenal Banyak Orang.....	96
Tabel 3.23 Persepsi Mengenai Merek Mudah Diingat.....	97
Tabel 3.24 Persepsi Mengenai Reputasi Yang Baik	98
Tabel 3.25 Persepsi Mengenai Produk Bisa Dibedakan Dengan Lainnya.....	99
Tabel 3.26 Persepsi Mengenai Janji Yang Diberikan Sesuai.....	100

Tabel 3.27	Persepsi mengenai Kualitas Yang Ditawarkan	101
Tabel 3.28	Rekapitulasi Variabel Citra Merek	102
Tabel 3.29	Persepsi Mengenai Kemantapan Membeli.....	104
Tabel 3.30	Persepsi Mengenai Pembelian Lebih dari Satu Produk	105
Tabel 3.31	Persepsi Mengenai Merekomendasikan Produk	106
Tabel 3.32	Persepsi Mengenai Pembelian Ulang.....	107
Tabel 3.33	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian .	108
Tabel 3.34	Korelasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	109
Tabel 3.35	Hasil Uji Koefisien Determinasi Antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	110
Tabel 3.36	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	111
Tabel 3.37	Uji t Pada Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	113
Tabel 3.38	Hasil Uji Korelasi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	116
Tabel 3.39	Hasil Uji Koefisien Determinasi Antara Harga dengan keputusan Pembelian.....	117
Tabel 3.40	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Antara Harga dengan Keputusan Pembelian.....	118
Tabel 3.41	Uji t Pada Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	120
Tabel 3.42	Koefisien Korelasi citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	124
Tabel 3.43	Hasil Uji Koefisien Determinasi Antara Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	125
Tabel 3.44	Hasil Uji Regresi linier Sederhana Antara Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	126
Tabel 3.45	Uji t Pada Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	127
Tabel 3.46	Hasil Uji Koefisien Korelasi Kualitas Produk, harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	132
Tabel 3.47	Hasil Uji Koefisien determinasi Antara Kualitas Produk Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	133
Tabel 3.48	Hasil Uji Regresi Linier Berganda Antara Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	135
Tabel 3.49	Uji f Pada Kualitas Makanan, Harga dan Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	137