

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SARIMI DI WARU SIDOARJO**

USULAN PENELITIAN

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Untuk Menyusun Skripsi S-1 Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

ZICO YEDYA ALFAIQ
17012010292/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2021**

SKRIPSI
**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SARIMI DI WARU SIDOARJO**

Disusun oleh :


Zico Yedya Alfaig
17012010292/FEB/EM

Telah Dipertahankan dihadapan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Pembangunan Nasional " Veteran " Jawa Timur

Pada Tanggal : 5 Januari 2022

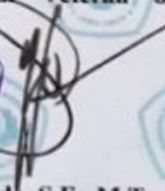
Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dosen Pembimbing


Sulastri Irbayuni, S.E., M.M.
NIP. 196206161989032001


Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W, M.M
NIP. 19631009199103200

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional " Veteran " Jawa Timur


Prof. Dr. Syamsol Huda, S.E., M.T.
NIP. 195908281990031001

21 JAN 2022

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT atas Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan Proposal Usulan Penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sarimi” dapat terselesaikan dengan baik.

Proposal Usulan Penelitian ini disusun guna untuk memenuhi salah satu syarat Mata Kuliah Skripsi Program Strata 1 (S1) Manajemen UPN Veteran Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Proposal Usulan Penelitian mengalami kesulitan dan banyak hambatan. Baik dari segi penulisan, isi, maupun penyusunan. Karena itu, penulis mendapat banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak akhirnya Proposal Usulan Penelitian dapat terselesaikan dengan baik. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Sulastri Irbayuni SE,MM, selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W, M.M, Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan, saran, nasehat serta bantuan selama proses penyusunan skripsi.
3. Selaku Dosen Wali Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Para Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Kedua orang tua, Papa dan Mama yang selalu memberikan semangat dan dukungan positif secara moril maupun materi. Dan keluarga RUTINITAS senantiasa membantu&mendukung jalannya skripsi.
6. Wiella Ayu Tribuana yang senantiasa memberikan semangat dan kasih sayang serta dukungan dengan sepenuh hati.

Hanya ucapan terima kasih yang bisa penulis berikan. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian di Dunia maupun di Akhirat nanti.

Wassalammualaikum, Wr. Wb

Sidoarjo 2021.

Penulis

Daftar Isi

BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	15
2.3 Hubungan Antar Variabel	23
2.4 Kerangka Konseptual	25
2.5 Hipotesis.....	25
BAB III	26
METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Operasional dan Pengukuran Variabel.....	26
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	29
3.2.1 Populasi	29
3.2.2 Sampel	29
3.3 Teknik Pengumpulan Data	30
3.3.1 teknik data	30
3.3.2 Sumber Data	30
3.3.3 Metode Pengumpulan Data	31
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	31
3.4.1 Analisa Outer Model	32
3.4.2 Analisa Inner Model	34
3.4.3 Uji Hipotesis.....	38

BAB IV.....	39
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	39
4.1.1 Profil Sarimi.....	39
4.2 Deskriptif Hasil Penelitian	39
4.2.1 Analisis Karakteristik Responden	39
4.2.2 Deskripsi Variabel <i>Kualitas Produk</i> (X1).....	40
4.2.3 Deskripsi Variabel Persepsi Harga.....	42
4.2.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	43
4.3 Analisis Data	44
4.3.1 Evaluasi Uji Outlier.....	44
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS	49
Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	51
Cross Loadings	52
Composite Reliability	54
Latent Variable Correlations.....	55
R Square.....	56
Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)	57
4.3.2.1 Analisis Model PLS.....	58
HASIL OLAH DATA PLS	58
Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)	59
Outer Weights (Mean, STDEV, T-Values)	59
Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	60
Latent Variable Correlations.....	61
R Square.....	61
Cross Loadings	61
AVE	62
Composite Reliability	62

BAB V.....	65
KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
Dftar Pustaka.....	67
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2.....5

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	3
Tabel 1.3.....	6
Tabel 3.1.....	28
Tabel 4.1.....	40
Tabel 4.4	40
Tabel 4.5.....	42
Tabel 4.6.....	43

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SARIMI DI WARU SIDOARJO**

Oleh:

ZICO YEDYA ALFAIQ
17012010292/FEB/EM

Abstraksi

Perkembangan dalam dunia bisnis sangat pesat dapat di ketahui dengan banyaknya berbagai macam kebutuhan masyarakat. Hal ini yang mengakibatkan persaingan tiap perusahaan berlomba-lomba untuk memenangkan persaingan, dengan membawa konsumen baru ataupun mempertahankan konsumen lama. Salah satu kebutuhan yang terus berkembang dan berinovasi saat ini yaitu industri pangan. Merupakan kebutuhan sehari-hari yang selalu di butuhkan masyarakat. di zaman yang modern ini manusia memilih sesuatu yang praktis. produk yang sangat terkenal dan di gemari masyarakat Indonesia yaitu mie instan, terutama sarimi. Hal yang di pertimbangkan oleh masyarakat dalam memilih produk mie instan salah satunya, yaitu persepsi harga dan kualitas produk karena keduanya memiliki pengaruh pada keputusan melakukan pembelian. Sehingga bertujuan mengetahui pengaruh kualitas produk dan pengumpulan data berdasarkan kuisioner dan teknik accidental sampling dengan populasi berjumlah 72 responden dan menerapkan analisa Partial Least Square (PLS). penelitian ini memberi hasil pada kualitas produk memiliki pengaruh tidak signifikan arahnya positif pada keputusan pembelian, perspektif harga memiliki pengaruh signifikan dan arahnya positif.

Kata Kunci: Kualitas produk, Persepsi harga, Keputusan pembelian