

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SMALL BUSINESS
“MASKERNYAYUK” DI MASA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

AISYABELLA NOVITA

NPM : 17420014

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2021

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aisyabella Novita

NPM : 17420014

Alamat : Grand Harvest, Caspia CH-06, Kebraon, Surabaya, Jawa Timur

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SMALL BUSINESS ‘MASKERNYAYUK’ DI MASA PANDEMI COVID-19” bukan merupakan plagiasi dari skripsi orang lain. Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar adanya, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 20 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan


(Aisyabella Novita)

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SMALL BUSINESS
'MASKERNYAYUK' DI MASA PANDEMI COVID-19**

Diajukan Oleh :

AISYABELLA NOVITA

NPM : 17420014

TELAH DISETUJUI DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Maqbula Arochman, SE., M. Ak

Surabaya, 10 Juni 2021

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Kristiningsih, SE., M.Si

Surabaya, 14 Juni 2021

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SMALL BUSINESS
'MASKERNYAYUK' DI MASA PANDEMI COVID-19**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

AI SYABELLA NOVITA

NPM : 17420014

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Adrianto Trimarjono, SE, MM

Ketua Tim Penguji



Dr. Titik Inayati, SE, MM

Anggota Dewan Penguji Lain



Husni Indrawati Wijaya Putri, SE, MM

Skripsi telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal 11-8-2021



Dr. Kristiningsih, SE., M.Si

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan kasih sayang, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi sebagai tugas akhir pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Small Business ‘Maskernyayuk’ Di Masa Pandemi Covid-19”.

Tujuan penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam memperoleh gelar sarjana (S1) pendidikan ekonomi manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini peneliti juga mendapat banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan. Untuk itu pada kesempatan ini izinkan peneliti dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Sri Harmadji., dr.,Sp.THT-KL(K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Kristiningsih, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Maqbula Arochman, SE., M.Ak selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan arahan sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.

5. Ibu Mega Rosdiana,SE., M.Aks. selaku dosen wali yang telah mengarahkan dan memberi semangat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu selama berstudi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
7. Orang tua tercinta ayah dan ibu, serta keluarga yang selalu memberi doa, semangat dan dukungan tanpa lelah untuk bisa menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
8. Untuk Fety, Adit, Peny, Latus, dan Eka yang telah membantu beberapa hal dan memberi semangat serta masukan dalam pengerjaan skripsi ini.
9. Untuk sahabat saya Meita, Nabila, Mega, Ranti, Dhea, Ega, dan Dera yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan agar skripsi ini segera terselesaikan.
10. Dan untuk teman-teman Manajemen A serta teman-teman lainnya yang selalu memberi informasi, dukungan dan semangat.

Peneliti menyadari bahwasannya penelitian ini jauh dari kata sempurna, hal itu disebabkan oleh keterbatasan waktu, pengetahuan, dan pengalaman peneliti dalam memecahkan suatu penelitian. Maka dengan itu peneliti sangat mengharpkan segala kritik dan saran yang membangun dari segala pihak. Semoga skripsi ini dapat memeberikan manfaat bagi para peneliti selanjutnya, pembaca maupun semua pihak yang khususnya dari bidang manajemen.

DAFTAR ISI

Halaman	
HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
1.5 Sistematika Penelitian	8
BAB II TELAA PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10

2.1.1 Covid-19	10
2.1.2 <i>Small Business</i>	13
2.1.3 Pemasaran	15
2.1.3.1 <i>Marketing Mix</i>	16
2.1.3.2 Konsep Pemasaran	17
2.1.4 Produk	18
2.1.4.1 Tingkatan Produk	19
2.1.4.2 Klasifikasi Produk	20
2.1.5 Kualitas Produk	21
2.1.5.1 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	22
2.1.5.2 Indikator Kualitas Produk	23
2.1.6 Harga	24
2.1.6.1 Peranan Harga	25
2.1.6.2 Metode Penetapan Harga	26
2.1.6.3 Indikator Harga	27
2.1.7 Keputusan Pembelian	28
2.1.7.1 Indikator Keputusan Pembelian	31
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Hipotesis Dan Model Analisis	34
2.3.1 Hubungan X1 Terhadap Y	34
2.3.2 Hubungan X2 Terhadap Y	34
2.3.3 X1 Berpengaruh Dominan Terhadap Y	35
2.3.4 Model Analisis	36

BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Pendekatan Penelitian.....	37
3.2 Populasi dan Sampel.....	37
3.2.1 Populasi	37
3.2.2 Sampel	37
3.3 Identifikasi Variabel	38
3.3.1 Variabel Bebas atau Iependen	39
3.3.2 Varibel Terikat atau Dependen.....	39
3.4 Definisi Operasional Variabel	39
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	41
3.5.1 Jenis Data.....	41
3.5.2 Sumber Data	42
3.6 Prosedur Pengumpulan Data.....	42
3.7 Teknik Analisis Data	44
3.7.1 Uji Validitas.....	44
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	44
3.7.3 Uji Hipotesis Regresi Linier Berganda.....	45
3.8 Pengujian Hipotesis	46
3.8.1 Uji F.....	46
3.8.2 Uji T.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	48
4.1.1 Sejarah Singkat “Maskernyayuk”.....	48

4.1.2 Visi dan Misi	51
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	51
4.2.1 Karakteristik Data Jenis Kelamin Responden	51
4.2.2 Karakteristik Data Usia Responden.....	52
4.2.3 Karakteristik Data Berdasarkan Pernah Mmembeli	53
4.3 Deskripsi Variabel	54
4.3.1 Penilaian Atas Masing-Masing Variabel.....	54
4.3.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk	55
4.3.3 Deskripsi Variabel Harga	57
4.3.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	59
4.4 Uji Data.....	60
4.4.1 Hasil Uji Validitas	60
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas	62
4.4.3 Uji Model.....	63
4.4.3.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	63
4.4.3.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda.....	64
4.4.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	66
4.4.4.1 Hasil Uji F	66
4.4.4.2 Hasil Uji T	68
4.5 Pembahasan	71
4.5.1 Pengaruh X1 Terhadap Y	71
4.5.2 Pengaruh X2 Terhadap Y	72
4.5.3 X1 Berpengaruh Dominan Terhadap Y	73

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Simpulan.....	74
5.2 Saran	75
5.3 Keterbatasan Penelitian	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

1.1 Data Penjualan	6
2.1 Penelitian Terdahulu	32
3.1 Skor Kuesioner.....	41
4.1 Karakteristik Data Jenis Kelamin Responden.....	52
4.2 Karakteristik Data Jenis Usia Responden	53
4.3 Karakteristik Data Pernah Membeli.....	54
4.4 Nilai Setiap Kategori Berdasarkan Nilai Interval	55
4.5 Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	56
4.6 Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga.....	58
4.7 Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	59
4.8 Hasil Uji Validitas.....	61
4.9 Hasil Uji Reliabilitas	62
4.10 Hasil Uji Linier Berganda	63
4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda.....	65
4.12 Kriteria Nilai Korelasi.....	65
4.13 Hasil Analisis Uji F.....	66
4.14 Hasil Analisis Uji T.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	29
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	36
Gambar 4.1 Produk “Maskernyayuk”	50
Gambar 4.2 Kurva Uji F.....	67
Gambar 4.3 Kurva Uji T Pengaruh Kualitas Produ Terhadap Keputusan Pembelian.....	69
Gambar 4.4 Kurva Uji T Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 2 : Tabulasi Data.....	97
Lampiran 3 : Hasil Olah Data IBM SPSS <i>Statistic 20</i>	99

ABSTRAK

Di masa pandemi COVID-19 seperti sekarang semua menjadi susah dan ketat dalam segala hal, tak hanya dari segi kesehatan namun perekonomian di Indonesia pun ikut terdampak. Virus COVID-19 yang belum selesai kini membuat masyarakat berbondong menjual masker, mulai dari harga murah hingga mahal, dari jenis masker sekali pakai hingga dapat dipakai ulang, dan dari berbagai jenis bahan yang tentunya tetap memenuhi persyaratan standar SNI. Adapun maksud dari penelitian ini adalah ingin mengetahui pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada masker kain “Maskernyayuk” di masa COVID-19 ini. Penelitian ini menguji dua variabel independen yaitu kualitas produk dan harga yang dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kuesioner yang disebarakan melalui *offline/website*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Uji instrument dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas, serta teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada masker kain “Maskernyayuk”, dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,003 > 0,05$ dan dengan koefisien regresi sebesar 0,341. Sedangkan tidak adanya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian yang dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,961 < 0,05$ dan dengan koefisien regresi sebesar 0,006. Sedangkan hasil dari kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dibuktikan dengan diperolehnya F hitung sebesar 6,515 dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$.

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian.*

ABSTRACT

During the COVID-19 pandemic, as it is now, it has become difficult and tight in every way, not only in terms of health, but the economy in Indonesia is also involved. The unfinished COVID-19 virus has now made people flock to sell masks, ranging from cheap to expensive prices, from disposable to wearable masks, and from various types of materials which of course still qualify the SNI standards requirements. The purpose of this study is to find out the effect of product quality and price on the decision to purchase "Maskernyayuk" cloth masks during this COVID-19 period. This study examines two independent variables, namely product quality and price which can affect the dependent variable, namely purchasing decisions. This study uses a quantitative approach with a questionnaire method distributed via offline/website. The data collection technique used is probability sampling with simple random sampling method. The test instrument was carried out with validity and reliability tests, and the analytical technique used was multiple linear regression analysis.

The results of this study indicate the influence of product quality on purchasing decisions on "Maskernyayuk" cloth masks, as evidenced by a significance value of $0.003 > 0.05$ and a regression coefficient of 0.341. Meanwhile, there is no influence of price on purchasing decisions as evidenced by a significance value of $0.961 < 0.05$ and a regression coefficient of 0.006. While the results of product quality and price together affect the purchase decision as evidenced by the acquisition of F count of 6.515 with a significance value of $0.002 < 0.05$.

Keywords: *Product Quality, Price, and Purchase Decision*

