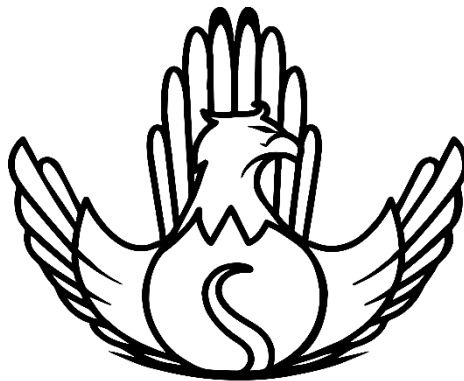


**PENGARUH HARGA,KUALITAS PRODUK,DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAYU DI CV.
KANDANG MATERIAL**



**STIE
Surakarta**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Oleh :

Rosha Roviani Damayanti

22120096

PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN

STIE SURAKARTA

2025

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tugas Akhir

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAYU DI CV.
KANDANG MATERIAL**

Oleh:

Rosha Roviani Damayanti

22120096

Disetujui dan dipertahankan di hadapan
Dewan Penguji Tugas Akhir Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 21 Desember 2025

Dosen Pembimbing



Ari Susanti, S.Pt., M.M.

NUPTK. 1755761662230220

PENGESAHAN PENGUJI

Tugas Akhir

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAYU DI CV.
KANDANG MATERIAL**

Oleh:

Rosha Roviani Damayanti

22120096

Telah diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Tugas Akhir

Program Studi S1 Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 16 Februari 2026

Dewan Penguji

Ari Susanti, S.Pt., M.M.

Ketua

Tri Ratna Pamitkasih, S.E., M.B.A.

Anggota

Ari Susanti

Tri Ratna Pamitkasih

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta



STIE

Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.

NUPTK. 5438767668131040

Kepala Program Studi S1 Manajemen



Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M.

NUPTK. 0256772673130313

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rosha Roviani Damayanti

NIM : 22120096

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul:

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAYU DI CV. KANDANG MATERIAL adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam Tugas Akhir ini diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan Tugas Akhir dan gelar yang saya peroleh dari Tugas Akhir ini.

Sukoharjo, 21 Desember 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Rosha Roviani Damayanti

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Allah memang tidak menjanjikan hidupmu akan selalu mudah, tapi dua kali Allah berjanji : “Fa inna ma’al – usri yusra, inna ma’al usri yusra.”

“Setiap kesulitan pasti ada kemudahan.”

(QS. Al-Insyirah 94: 5-6)

“Keberhasilan adalah perjalanan panjang dari satu kegagalan ke kegagalan berikutnya tanpa kehilangan semangat.”

(Winston Churchill)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim,

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat yang sangat luar biasa, memberi penulis kekuatan, membekali penulis dengan ilmu pengetahuan serta memperkenalkan penulis dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang engkau berikan, sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu. Shalawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Rasa syukur dan bahagia yang kurasakan ini akan aku persembahkan kepada orang-orang yang kusayangi dan berarti dalam hidupku :

1. Kedua orang tua tersayangkuu. Bapak Maksu dan Ibu Tri. Terimakasih penulis ucapkan atas segala pengorbanan dan ketulusan yang diberikan, meskipun bapak dan ibu tidak sempat merasakan pendidikan dibangku perkuliahan, namun selalu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan, mengusahakan, memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial. Selalu mensupport dan tak henti memberikan semangat. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat membuat bapak dan ibu lebih bangga karena telah berhasil menjadikan anak perempuan satu-satunya ini menyandang gelar sarjana seperti yang diharapkan. Besar harapan penulis semoga bapak dan ibu selalu sehat, panjang umur, dan bisa menyaksikan keberhasilan lainnya yang akan penulis raih dimasa yang akan datang....
Amin
2. Kepada partner yang tak kalah penting kehadirannya, Wahyu eko s, yang menjadi salah satu penyemangat karena selalu ada dalam suka maupun duka, dan selalu memberikan semangat dan dukungan serta bantuan baik itu tenaga, pikiran, maupun materi. Terimakasih banyak sudah berkontribusi dalam skripsi ini. Menjadi pendengar yang baik, menghibur, senantiasa sabar menghadapi saya, semoga Allah menggantikan berkali lipat dan sukses selalu kedepannya.
3. Sahabat terbaik, Merlyna Setiowati dan Alissya Priamtia Savitri. Terimakasih telah menjadi teman yang sangat baik, yang selalu mendukung,

mensupport apa yang selama ini penulis hadapi, yang selalu menemani disaat penulis butuhkan. Terimakasih untuk kebersamaan kita.

4. Sahabat SMP dan SMK terbaik, Nita Dwi Yuniarti, Mardhatillah Oktaviana, Raditya Adi H, terimakasih atas segala bentuk perhatian, motivasi, dan menjadi pendengar yang baik.
5. Kepada rekan kerja yang penulis anggap kakak sendiri, terimakasih atas dukungan dan support yang selalu diberikan, terimakasih selalu memotivasi dan menjadi pendengar yang baik ketika berkeluh kesah.
6. Terimakasih untuk diriku sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini, yang tidak menyerah sesulit apapun rintangan kuliah maupun menyusun skripsi, kamu hebat, Rosha.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Segala puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayat-Nya, sehingga penulisan skripsi yang berjudul “PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAYU DI CV. KANDANG MATERIAL” ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Dengan penuh rasa terimakasih, saya ingin menyampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Aditya Liliyan, S.M.B., M.M selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Ibu Ari Susanti, S.Pt, M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan motivasi, arahan serta dorongan kepada penulis.
3. Bapak Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M selaku ketua program studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
4. Bapak dan Ibu dosen beserta karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta telah mendidik penulis selama proses perkuliahan.
5. Kedua orang tua dan teman-teman penulis yang senantiasa memberikan doa, semangat, motivasi dan dukungan.
6. Responden yang telah membantu dan mendoakan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun selalu penulis harapkan demi kebaikan Skripsi ini. Penulis berharap Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Sukoharjo, 21 Desember 2025



Rosha Roviani Damayanti

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
PENGESAHAN PENGUJI.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Teori Relevan.....	6
2.2 Penelitian Terdahulu	9
2.3 Kerangka Pikir.....	13
2.4 Hipotesis	14
BAB III METODE PENELITIAN.....	16
3.1 Objek Penelitian	16
3.2 Jenis dan Sumber Data	16
3.3 Populasi	16
3.4 Sampel	17
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	18

3.6 Definisi Operasional.....	18
3.7 Teknik Analisis Data.....	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1 Identitas Responden	28
4.2 Analisis Data.....	31
4.3 Pembahasan	38
BAB V PENUTUP.....	40
5.1 KESIMPULAN	40
5.2 SARAN	40
DAFTAR PUSTAKA	41

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbandingan harga Cv. Kandang Material dengan Glugu Putra Pesisir. ...	3
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3. Definisi Operasional dan Indikator	18
Tabel 4. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	28
Tabel 5. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Usia	29
Tabel 6. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	29
Tabel 7. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	30
Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1)	31
Tabel 9. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)	31
Tabel 10. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X3)	32
Tabel 11. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	32
Tabel 12. Hasil Uji Realibilitas	32
Tabel 13. Hasil Uji Normalitas	33
Tabel 14. Hasil Uji Multikolinearitas	33
Tabel 15. Hasil Uji Heteroskedastisitas metode Uji White	34
Tabel 16. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	35
Tabel 17. Hasil Uji T	36
Tabel 18. Hasil Uji F	37
Tabel 19. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pasar Kayu Global Berkembang Pesat (2024-2034).....	2
Gambar 2. Kerangka Pikir.....	13

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	43
Lampiran 2. Tabulasi Data	46
Lampiran 3. Data Responden.....	52
Lampiran 4.Hasil Uji Instrumen Data.....	57
Lampiran 5.Hasil Uji Asumsi Klasik	61
Lampiran 6.Hasil Uji Hipotesis	63

ABSTRAK

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAYU DI CV.

KANDANG MATERIAL

Peningkatan penggunaan kayu dalam konstruksi menunjukkan kesadaran yang lebih besar terhadap keberlanjutan dan dampak lingkungan. Pertumbuhan ini akan terus berlanjut seiring dengan meningkatnya jumlah proyek pembangunan, baik infrastruktur maupun perumahan. Dengan memahami pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan, CV.Kandang Material dapat merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana ketiga faktor tersebut mempengaruhi keputusan pembelian kayu di CV Kandang Material, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kinerja perusahaan di pasar. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria responden konsumen yang pernah melakukan pembelian produk kayu di Cv.Kandang Material. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

**THE EFFECT OF PRICE, PRODUCT QUALITY, AND SERVICE
QUALITY ON WOOD PURCHASE DECISIONS AT CV. KANDANG
MATERIAL**

The increasing use of wood in construction indicates a greater awareness of sustainability and environmental impact. This growth will continue along with the increasing number of development projects, both infrastructure and housing. By understanding the influence of price, product quality, and service quality, CV. Kandang Material can formulate more effective marketing strategies. This study aims to analyze the extent to which these three factors influence wood purchasing decisions at CV Kandang Material, as well as to provide recommendations for improving the company's performance in the market. The research method used is a quantitative method with data collection techniques through questionnaires. The sampling technique used is purposive sampling, with the criteria for respondents being consumers who have purchased wood products at CV. Kandang Material. Data were analyzed using multiple linear regression analysis. The results show that price, product quality, and service quality have a significant influence on consumer purchasing decisions.

Keywords: Price, Product Quality, Service Quality, Purchasing Decision

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah suatu negara yang sangat kaya akan sumber daya alam yang salah satunya yaitu kayu. Kayu merupakan sumber daya alam yang sangat potensial dipakai sebagai bahan bangunan. Sehingga permintaan kayu sebagai bahan konstruksi sangat meningkat dikarenakan kayu mempunyai beberapa kelebihan antara lain, ringan, mudah dikerjakan, harga relatif murah, serta cukup awet. Tetapi kayu juga memiliki kelemahan yaitu seperti mudah terbakar, mudah mengalami kembang susut, dan tidak tahan terhadap hewan rayap. Maka daripada itu penggunaan kayu harus memperhatikan segala aspek kelebihan serta kelemahan kayu itu sendiri sebelum digunakan sebagai bahan konstruksi bangunan. Kayu telah digunakan sebagai bahan konstruksi sejak zaman dahulu kala dan masih menjadi bahan yang populer dalam dunia teknik sipil hingga saat ini. Keunggulan kayu sebagai bahan konstruksi, Kayu memiliki kekuatan yang cukup tinggi. Selain itu, kayu juga tahan terhadap listrik dan bahan kimia, isolator termal alami yang efektif dalam mengisolasi dingin dan panas serta penyerap kebisingan yang baik. Kayu lebih aman dan fleksibel jika terjadi gempa bumi sehingga rumah yang terbuat dari kayu akan tetap pada kondisi aslinya, tidak mudah retak, dan tidak mudah bergeser. Penggunaan kayu dalam konstruksi bangunan, kayu sering digunakan sebagai penyangga atap, kolom, dan jembatan.

Perkembangan kayu dalam konstruksi di Indonesia menunjukkan peningkatan pemanfaatan, meskipun masih menghadapi tantangan seperti regulasi dan keberlanjutan. Kayu tetap menjadi pilihan utama untuk berbagai aplikasi konstruksi. `Engineered Wood Market(2024), menyatakan bahwa ukuran pangsa pasar kayu bernilai USD 322,87 miliar pada tahun 2024. Industri Kayu diproyeksikan tumbuh dari USD 346,169 Miliar pada tahun 2025 menjadi USD 647,84 miliar pada tahun 2034, menunjukkan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 7,20% selama periode perkiraan (2025-2034).



Gambar 1. Pasar Kayu Global Berkembang Pesat (2024-2034)

Sumber : Engineered Wood Market (2024)

Berdasarkan data diatas,dapat terlihat perkembangan pangsa pasar kayu dalam kontruksi di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang meningkat disetiap tahunnya. Peningkatan penggunaan kayu dalam kontruksi menunjukkan kesadaran yang lebih besar terhadap keberlanjutan dan dampak lingkungan. Pertumbuhan ini akan terus berlanjut seiring dengan meningkatnya jumlah proyek pembangunan,baik infrastruktur maupun perumahan. Persaingan pasar kayu sangat kompetitif , dengan banyak perusahaan yang bersaing merebutkan pangsa pasar, persaingan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Dengan dapat membedakan perusahaan dibidang-bidang ini memiliki peluang lebih baik untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Harga merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian. Indah et al.(2020), menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Di industri kayu, yang menawarkan berbagai macam produk, harga yang kompetitif seringkali menjadi faktor utama dalam menarik konsumen. Penetapan harga yang sesuai dengan manfaat yang ditawarkan oleh produk dapat membentuk persepsi konsumen terhadap produk tersebut. Jika harga dianggap wajar dan sebanding dengan kualitas yang ditawarkan, konsumen lebih cenderung untuk membelinya.

Tabel 1. Perbandingan harga Cv. Kandang Material dengan Glugu Putra Pesisir.

Ukuran Kayu	Harga Kayu	
	Cv.Kandang Material	Glugu Putra Pesisir
2x3	Rp. 10.000	Rp. 16.000
4x6	Rp. 40.000	Rp. 60.000
6x12	Rp. 116.000	Rp. 140.000

Sumber : Data sekunder diolah, 2025

Dari data dalam tabel, terdapat perbedaan harga yang signifikan antara Cv. Kandang Material dan Glugu Putra Pesisir, yang memengaruhi calon pembeli dalam menentukan tempat berbelanja. Meskipun menawarkan harga yang lebih rendah, perusahaan perlu mempertahankan standar kualitas agar dapat memperoleh keuntungan berupa peningkatan pangsa pasar dan loyalitas pelanggan.

Kualitas produk memainkan peran krusial dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (2018), kualitas produk merujuk pada karakteristik yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen yang telah dinyatakan. Sementara itu, menurut Novi Sriyanti Saragih (2023), kualitas produk merujuk pada kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, yang mencakup aspek keandalan, ketahanan, kemudahan penggunaan, kemudahan perbaikan, dan atribut berharga lainnya. Kayu berkualitas tinggi dapat membangun kepercayaan pelanggan, membuat mereka lebih cenderung membeli lagi dan merekomendasikan produk kepada orang lain. Dengan semakin banyaknya pesaing yang masuk ke bisnis kayu setiap tahun, perusahaan terutama CV. Kandang Material dalam studi ini harus mempertahankan keunggulan dalam kualitas dan harga untuk tetap kompetitif. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memastikan bahwa produk yang mereka jual memenuhi standar kualitas yang superior.

Kualitas layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan memiliki dampak yang signifikan terhadap pilihan konsumen saat melakukan pembelian. Tjiptono (2019) menjelaskan bahwa kualitas layanan erat kaitannya dengan keputusan pembelian, di mana setiap konsumen menganggapnya sebagai salah satu dasar utama dalam memilih produk. Sementara itu, menurut Desimone (2023), kualitas layanan adalah kemampuan suatu organisasi atau perusahaan untuk merespons kebutuhan pelanggan setelah produk atau layanan telah diserahkan. Aspek-aspek seperti respons cepat, pengiriman tepat waktu, dan penanganan keluhan yang baik dapat menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Pengalaman ini akan mendorong mereka untuk berbelanja lagi dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain.

Dengan mempertimbangkan harga, kualitas produk, dan kualitas layanan, CV Kandang Material mampu mengembangkan strategi pemasaran yang lebih baik. Penelitian ini bertujuan untuk menilai sejauh mana ketiga faktor tersebut mempengaruhi pilihan konsumen saat membeli kayu di CV Kandang Material, serta memberikan saran untuk meningkatkan kinerja perusahaan di pasar.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kayu di Cv Kandang Material?
2. Apakah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian kayu di Cv Kandang Material?
3. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian kayu di Cv Kandang Material?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kayu di Cv Kandang Material.

2. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kayu di Cv Kandang Material.
3. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian kayu di Cv Kandang Material.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis.

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan menambah wawasan mengenai hubungan antara pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis.

a. Bagi CV Kandang Material:

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang berbagai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih baik dengan penekanan yang lebih besar pada kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini dapat dijadikan landasan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta menetapkan harga yang lebih kompetitif

b. Bagi Konsumen:

Penelitian ini dapat membantu konsumen dalam memahami pentingnya harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

c. Bagi Mahasiswa:

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang tertarik dalam bidang pemasaran, perilaku konsumen, dan manajemen bisnis. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di industri lain

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Relevan

1. Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2018), harga adalah jumlah uang yang ditukarkan untuk suatu produk atau jasa, serta nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Menurut Tjiptono (2018), harga adalah satuan moneter atau ukuran lain (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan untuk memperoleh hak memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

Menurut Ega Maulidya (2021), beberapa indikator digunakan untuk menentukan harga, termasuk keterjangkauan harga, kesesuaian harga, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

1. Keterjangkauan harga

Pelanggan mengharapkan harga yang terjangkau sebelum melakukan pembelian. Konsumen akan mencari barang dengan harga yang dapat mereka bayar.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Konsumen biasanya tidak keberatan apabila harus membeli produk dengan harga relative mahal asalkan kualitasnya baik. Namun, mereka lebih suka barang dengan harga murah dan kualitas yang baik.

3. Daya saing harga

Agar produk dapat bersaing di pasar, perusahaan menetapkan harga jual untuk suatu barang dengan mempertimbangkan harga yang dijual oleh pesaingnya.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Harga yang tinggi atau rendah harus sesuai dengan keuntungan yang akan diterima pelanggan setelah mereka membeli barang tersebut.

2. Kualitas Produk

Kualitas Produk menurut Astuti Miguna dan Matondang Nurhafifah (2020) Kualitas produk adalah kondisi di mana suatu barang memiliki nilai sesuai dengan standar pengukuran yang telah ditentukan. Menurut Schiffman dan Kanuk (2017), kualitas produk adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan identitas atau karakteristik pada setiap produknya sehingga konsumen dapat mengenali produk tersebut.

Indikator yang digunakan untuk mengukur harga menurut Ridho Saputra (2020) diantaranya, kinerja, daya tahan, reabilitas, kesan kualitas.

1. Kinerja, merupakan komponen kualitas produk yang terkait langsung dengan kemampuan produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
2. Daya tahan, menunjukkan usia produk, atau jumlah waktu yang telah digunakan oleh produk sebelum diganti atau rusak.
3. Reabilitas, menunjukkan tingkat kerusakan yang rendah, seperti pengawasan kualitas dan standar karakteristik operasional yang sesuai dengan spesifikasi.
4. Kesan kualitas, yaitu persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk.

3. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2019), kualitas Pelayanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta standar penyampaian yang sesuai dengan harapan pelanggan. Setiawan dalam Azzahrah dkk. (2023) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan unsur penting yang harus dimiliki oleh perusahaan atau lembaga yang menyediakan layanan, karena dengan menggunakan kualitas layanan, perusahaan atau lembaga dapat mengukur tingkat kinerja yang telah dicapai.

Indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan menurut Mohammad Gary Setiawan (2019) diantaranya, bukti fisik, empati, kehandalan, cepat tanggap.

1. Bukti Fisik, Merujuk pada penampilan layanan perusahaan secara fisik, seperti fasilitas fisik, peralatan, personel, kebersihan, kerapian, dan media komunikasi.
2. Empati, Merujuk pada kesediaan karyawan dan pengusaha untuk memberikan perhatian khusus kepada pelanggan secara pribadi.
3. Kehandalan, merujuk pada kemampuan perusahaan untuk menyediakan layanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
4. Cepat tanggap, merujuk pada kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan cepat.

4. Keputusan Pembelian

Surti Zahra (2021) menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen, yang merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan mengonsumsi barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Ega Maulidya (2021) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah proses di mana konsumen mengidentifikasi masalah mereka, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu, dan kemudian menggunakannya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian menurut Ega Maulidya (2021) diantaranya, memilih produk, waktu pembelian, jumlah pembelian, metode pembayaran.

1. Memilih produk

Pemilihan produk sangat erat kaitannya dengan kebutuhan konsumen, khususnya untuk konsumen yang rasional dengan budget terbatas.

2. Waktu pembelian

Konsumen dapat memilih untuk membeli produk secara berkala, misalnya setiap hari, satu minggu sekali, dua minggu sekali, dan sebagainya.

3. Jumlah pembelian

Konsumen dapat memilih seberapa banyak produk mereka akan berbelanja pada suatu saat. Dalam hal ini, perusahaan harus menyiapkan berbagai produk untuk memenuhi kebutuhan yang berbeda.

4. Metode pembayaran

Konsumen dapat memilih cara mereka membayar barang atau jasa. Saat ini, tidak hanya faktor keluarga dan lingkungan yang memengaruhi keputusan pembelian, tetapi juga teknologi yang digunakan dalam transaksi pembelian memengaruhi keputusan pembelian.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No.	Penulis dan Tahun	Judul	Hasil
1.	Ridho Saputra (2020)	Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru	Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Label Store Pekanbaru Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Label Store Pekanbaru

2.	Komang Arthur Mahendra (2022)	Pengaruh Harga, Word Of Mouth dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Cv. Lagas Jaya Bandung	Harga pengaruhnya positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada Cv. Lagas Jaya Bandung Word of mouth pengaruhnya positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cv.Lagas Jaya Bandung Kualitas pelayanan pengaruhnya positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cv. Lagas Jaya Bandung
3.	Farada Madja (2024)	Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan	Harga secara simultan berpengaruh

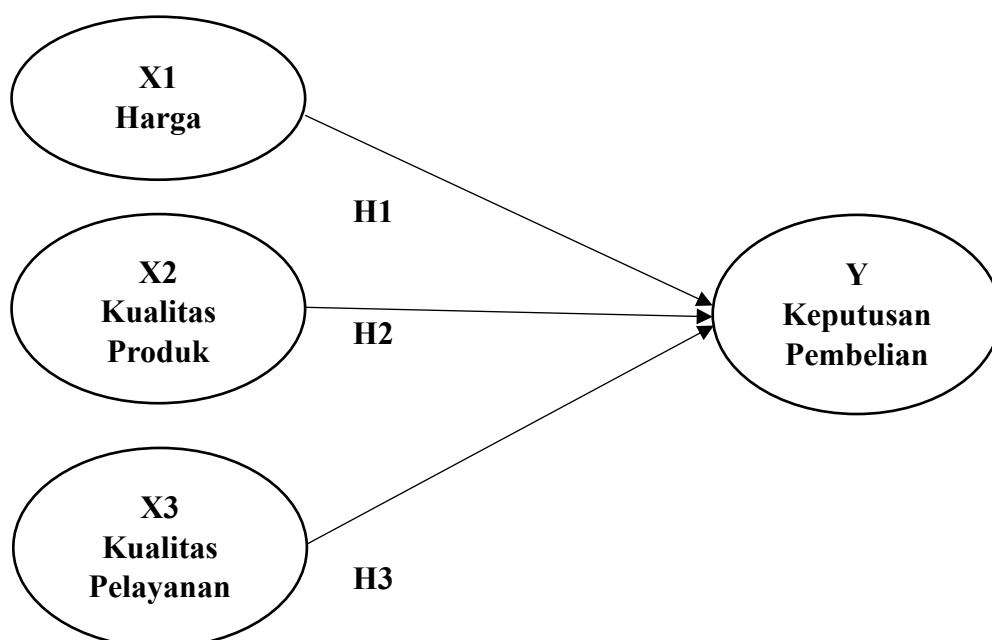
		Pembelian Kayu UD. Terang Bangun Bangil	signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kayu UD. Terang Bangun Bangil Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kayu UD. Terang Bangun Bangil
4.	Egi Saputra (2023)	Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Home Industry Kayu Mandiri Mekarsari Pancatengah Kabupaten Tasikmalaya)	Persepsi harga secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Home Industry Kayu Mandiri Mekarsari Pancatengah

			Kabupaten Tasikmalaya Kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Home Industry Kayu Mandiri Mekarsari Pancatengah Kabupaten Tasikmalaya
5.	Ega Maulidya (2021)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kayu Pada CV. Harapan Jaya III Kasemen Kota Serang	Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kayu pada CV. Harapan Jaya III Kasemen Kota Serang Harga berpengaruh terhadap

			keputusan pembelian kayu pada CV.Harapan Jaya III Kasemen Kota Serang
--	--	--	---

2.3 Kerangka Pikir

Menurut Sugiyono (2019) menyatakan bahwa kerangka pikir adalah penyederhanaan dan fenomena dunia nyata yang membentuk satu pemahaman pengertian yang utuh mengenai bagaimana sebuah masalah dipecahkan. Dengan demikian sebuah kerangka pikir adalah serangkaian hipotesis, yang secara bersama-sama membentuk sebuah penjelasan yang utuh. Berdasarkan teori yang di kemukakan di atas, maka pengembangan kerangka pemikiran dapat di lihat sebagai berikut:



Gambar 2.Kerangka Pikir

Sumber : Data primer diolah,2025

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dan didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data berdasarkan hubungan antara variabel dalam kerangka pemikiran (Sugiyono, 2019). Berdasarkan kerangka pemikiran yang diuraikan sebelumnya, maka hipotesis penelitian ini adalah seperti berikut:

Hipotesis 1 : Pengaruh Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa. Ini juga dapat diartikan sebagai nilai suatu produk yang ditentukan oleh penjual berdasarkan berbagai faktor, termasuk biaya produksi dan permintaan pasar. Beberapa penelitian sebelumnya, menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian. Ridho Saputra (2020) menemukan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Komang Arthur Mahendra (2021) menemukan bahwa harga pengaruhnya positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Farada Madja (2024) menemukan bahwa harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Egi Saputra (2023) menemukan bahwa persepsi harga secara signifikan simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Ega Maulidya (2021) menemukan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H1 : Pengaruh Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada CV. Kandang Material

Hipotesis 2: Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Kualitas produk merupakan ukuran atau penilaian terhadap kemampuan suatu produk untuk memenuhi atau melampaui harapan dan kebutuhan konsumen. Kualitas ini mencakup berbagai aspek yang berkontribusi pada pengalaman pengguna dan persepsi nilai dari produk tersebut. Ridho Saputra (2020) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Ega Maulidya (2021) menemukan bahwa harga

berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut :

H2 : Pengaruh Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada CV. Kandang Material

Hipotesis 3: Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Kualitas pelayanan adalah ukuran atau penilaian terhadap seberapa baik suatu layanan memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Ini mencakup berbagai aspek yang mempengaruhi pengalaman pelanggan selama interaksi dengan penyedia layanan. Kualitas pelayanan sangat penting dalam industri jasa, di mana pengalaman pelanggan sering kali menjadi faktor penentu dalam kepuasan dan loyalitas. Komang Arthur Mahendra (2022) menemukan bahwa Kualitas pelayanan pengaruhnya positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Farada Madja (2024) menemukan bahwa kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Ega Saputra (2023) menemukan bahwa kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut :

H3 : Pengaruh Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada CV. Kandang Material

BAB V PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kayu di Cv. Kandang Material.
2. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kayu di Cv. Kandang Material.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kayu di Cv. Kandang Material.

5.2 SARAN

1. Bagi Cv. Kandang Material

Disarankan untuk terus mempertahankan harga yang terjangkau dan tetap memastikan kesesuaian dengan kualitas produk. Meningkatkan kualitas pelayanan yang responsif, pengiriman tepat waktu, lebih aktif mengembangkan disosial media untuk memberikan informasi lebih jelas, memberikan promosi untuk meningkatkan konsumen tertarik membeli, serta menambah jenis kayu dan menambah macam ukuran kayu agar lebih lengkap.

2. Bagi Peneliti

Disarankan peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel bebas lainnya untuk mengetahui variabel-variabel yang lain yang mempengaruhi keputusan pembelian diluar variabel yang telah digunakan dalam penelitian ini, serta menambahkan jumlah sampel untuk mendapatkan hasil untuk mengidentifikasi hubungan variabel bebas terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, D. D., Prawira Wiguna, Jajang Abipasta, Eka Puspita Nurjanah, & R.R Wening Ken Widodasih. (2024). Pengaruh Harga, Brand Ambassador Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Di Shopee (Studi Pada Pengguna Shopee Di Jakarta Timur). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(1), 569–580. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.2019>
- Argo et al. (2021). *Analisa Konsepsi Pendapatan. Business Management Analysis Journal (BMAJ)* 4(2), 200–218.
- Bagus Handoko, Fahlevi, A., & Siregar, M. S. (2021). Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen. *Analisis Pengaruh Servant Leadership Dan Employee Empowerment Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Organizational Citizenship Behavior Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. PLN (Persero) UIP3B Sumatera UPT Medan)*, 8(2), 42–50.
- Beni Endriawan, (2019). (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru. *Skripsi*, 23. <https://repository.uir.ac.id/6149/1/RIDHO SAPUTRA.pdf>
- Estamarinda, E., & Sinarti, T. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hompizz Pizza Palembang*. Jurnal manivestasi, vol 3(1), 69–82.
- Hartawan, A., & Mafra, N. U. (2021). Pengaruh Budaya Kerja dan Kemampuan Terhadap Komitmen Pegawai Dinas Kesehatan Kabupaten Empat Lawang Dinas Kesehatan merupakan instansi pemerintah yang memberikan kebutuhan informasi dan pelayanan kesehatan yang dibutuhkan oleh masyarakat , maka Dinas Kes. *Jurnal Manivestasi*, 146–155.
- Ilmiah, J., & Pendidikan, W. (2023). Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 1 , 2 1,2. 9(6), 469–481.
- Maulidya, E., Zahra, S., & Suhamah, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kayu Pada Cv. Harapan Jaya Iii Kasemen Kota Serang. *National Conference on Applied Business, Education, & Technology (NCABET)*, 1(1), 598–608. <https://doi.org/10.46306/ncabet.v1i1.49>
- Pancatengah, M., & Tasikmalaya, K. (2023). Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada pelanggan Home Industry Kayu Mandiri. *Jurnal DIALEKTIKA: Jurnal Ilmu Sosial*, Vol 21(1), 75–87.
- Permana A. H, Yusnita T. R, & Oktaviani F. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Ali Jaya Mebel . *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 2(6), 592–595.
- Saragih, N. S. (2022). *Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada roemah kayu coffe shop*. 1–80.
- Soraya Tanjung, F. (2023). Pengaruh Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada CV Daya Buana. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*

- Medan*, 5(2), 60–66. <https://doi.org/10.47709/jumansi.v5i2.2704>
- Suwarso, T., & Hasibuan, A. R. (2021). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*, 51(1), 1–15.
- YULISTYAWAN, M. G. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Serta Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kerajinan Kayu Mebel Ud. Karya Jaya Jombang. *Skripsi*, 1–57.
- Zahra, S., Tabroni, & Tunavisa, Z. (2024). Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Gula Aren Merek Arenta Nusantara Di Munjul Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Yudishtira*, 4(3), 408–433.

Lampiran 1. Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN TUGAS AKHIR

Assalamu'alaikum wr.wb

Perkenalkan nama saya Rosha Roviani Damayanti, mahasiswi S1 Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian tugas akhir dengan judul “ PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAYU DI CV. KANDANG MATERIAL. Sehubungan dengan hal ini, saya mengharapkan kesediaannya saudara/i menjawab pertanyaan dengan sungguh sungguh untuk mendukung analisis penelitian dengan berpartisipasi mengisi kuesioner ini. Semua jawaban akan dirahasiakan sepenuhnya, dan hanya digunakan untuk keperluan akademik ini. Identitas saudara/i tidak akan disebutkan dalam laporan penelitian. Informasi yang anda berikan sangat membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas perhatian dan kesediaannya, saya ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Hormat saya,

Rosha Roviani Damayanti

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pilihlah salah satu jawaban untuk setiap pertanyaan berdasarkan pendapat anda, dengan memberi tanda (✓) pada kolom sesuai jawaban yang dipilih.

Setiap pertanyaan terdiri dari 5 pilihan jawaban :

5 = SS (Sangat Setuju)

4 = S (Setuju)

3 = N (Netral)

2 = TS (Tidak Setuju)

1 = STS (Sangat Tidak Setuju)

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Jenis Kelamin

- ☐ Laki-Laki
- ☐ Perempuan

2. Usia

- ☐ 23 – 30 tahun
- ☐ 31 – 44 tahun
- ☐ 45 – 54 tahun
- ☐ > 55 tahun

3. Pekerjaan

- ☐ Mahasiswa
- ☐ Pengusaha
- ☐ Karyawan Swasta
- ☐ Tukang Kayu / Kontraktor
- ☐ Ibu Rumah Tangga

4. Berapa kali membeli di Cv. Kandang Material

- ☐ 1 kali
- ☐ 2 – 3 kali
- ☐ 4 – 5 kali
- ☐ > 5 kali

B. Daftar Pernyataan kuesioner

1. Harga (X1)

No.	Indikator	5	4	3	2	1
1.	Saya membeli produk kayu di Cv. Kandang Material karena harganya terjangkau.					
2.	Saya membeli produk kayu pada Cv. Kandang Material karena harganya sesuai dengan kualitasnya.					

3.	Saya merasa harga kayu pada Cv. Kandang Material tidak jauh berbeda dengan harga kayu pada toko kayu lain.					
4.	Saya merasa harga kayu pada Cv. Kandang Material sudah sesuai dengan manfaat yang telah diberikan.					

2. Kualitas Produk (X2)

No.	Indikator	5	4	3	2	1
1.	Saya merasa produk kayu pada Cv. Kandang Material sudah memenuhi kebutuhan dalam hal kekuatan dan fungsional.					
2.	Saya merasa produk kayu pada Cv. Kandang Material tidak mudah rusak dalam jangka waktu yang lama dan tahan terhadap berbagai cuaca.					
3.	Saya merasa produk kayu pada Cv. Kandang Material dapat diandalkan untuk proyek jangka panjang.					
4.	Saya merasa bahwa produk kayu pada Cv. Kandang Material memiliki nilai yang sebanding dengan harganya.					

3. Kualitas Pelayanan (X3)

No.	Indikator	5	4	3	2	1
1.	Saya merasa kualitas produk kayu yang digunakan dapat dibuktikan melalui toko fisik yang disediakan dengan jelas.					

2.	Saya merasa terdapat komunikasi yang baik dalam pelayanan dengan memberikan saran dan masukan mengenai produk kayu.					
3.	Saya percaya bahwa produk kayu pada Cv. Kandang Material berfungsi dengan baik dalam jangka panjang.					
4.	Saya merasa bahwa layanan pada Cv. Kandang Material kepada pelanggan terkait produk kayu responsif dan membantu.					

4.Keputusan Pembelian (Y)

No.	Indikator	5	4	3	2	1
1.	Saya memilih jenis kayu berdasarkan kebutuhan proyek yang saya kerjakan.					
2.	Saya biasanya berbelanja kayu pada akhir pekan ketika saya memiliki waktu luang untuk memilih.					
3.	Saya sering membeli lebih dari satu macam ukuran kayu dalam satu transaksi.					
4.	Saya merasa lebih aman menggunakan metode pembayaran tunai untuk pembelian kayu.					