

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KERAGAMAN PRODUK
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KUE
EGG ROLL DI SOLORAYA (STUDI KASUS PADA UMKM
DAMPIT SURAKARTA)**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas dan Syarat-Syarat Memperoleh
Derajat Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi
Ilmu Ekonomi Surakarta**

Disusun Oleh :

Taufan Fitriansyah Wijoyo

20110095

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Taufan Fitriansyah Wijoyo
NIM : 20110095
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kue *Egg Roll* Di Soloraya (Studi Kasus Pada UMKM Dampit Surakarta)

Disetujui dan disahkan:

Hari : Senin
Tanggal : 29 Januari 2024

Pembimbing,



Putri Maisara, S.E., M.B.A.

NIDN. 0631079301

Mengetahui,

Wakil Ketua 1 STIE Surakarta



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

NIDN. 0606118902

HALAMAN PERSETUJUAN

Nama : Taufan Fitriansyah Wijoyo
NIM : 20110095
Program Studi : SI Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kue *Egg Roll* Di Soloraya (Studi Kasus Pada UMKM Dampit Surakarta)

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Manajemen.

Hari : Jumat
Tanggal : 19 Januari 2024

Tim Penguji : Tanda Tangan

Ketua : Putri Maisara, S.E., M.B.A. ()

Anggota : Tri Ratna Pamikatsih, S.E., M.B.A ()

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta



Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H.

NIDN. 0625127401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KERAGAMAN PRODUK,
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KUE *EGG ROLL*
DI SOLORAYA (STUDI KASUS PADA UMKM DAMPIT SURAKARTA)**

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dalam suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Sukoharjo, 18 Desember 2023

Yang memberi pernyataan



Taufan Fitriansyah Wijoyo

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Try not to become a man of success, but rather try to become a man of value”

- Albert Einstein

“Sesuatu yang telah ditakdirkan untukmu sampai kapanpun tidak akan pernah menjadi milik orang lain karena apa yang telah tertakar tidak akan pernah tertukar”

- Tita Kamila Syafruddin

“Jika ada yang membuatku bertahan, itu bukanlah orang-orang yang lebih susah dariku, melainkan orang-orang yang aku cintai”

-Penulis

Persembahan

Karya kecil ini saya persembahkan kepada orang-orang yang telah menjadi bagian dari perjalanan saya selama penyusunan tugas akhir.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Keragaman Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kue *Egg Roll* di Soloraya (Studi Kasus Pada UMKM Dampit Surakarta)”.

Penyusunan skripsi ini telah mendapatkan banyak dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan setulus hati menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Bapak Aditya Liliyan, S.M.B., M.M. selaku Wakil Ketua 1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
3. Bapak Muhammad Aditya Yulianto, S.E., M.M. , selaku Kepala Prodi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
4. Ibu Putri Maisara, S.E., M.B.A., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan saran dan masukannya.
5. Bapak dan Ibu dosen/karyawan STIE Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
6. Ibu Wiyati selaku pemilik usaha dari UMKM Dampit yang telah memberikan izin dan membantu dalam penelitian ini.
7. Semua orang yang telah terlibat dan membantu secara moral maupun material dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak orang.

Surakarta, 18 Desember 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK.....	
ABSTRACT.....	
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Teori Yang Relevan.....	12
B. Penelitian Terdahulu.....	17
C. Kerangka Berpikir.....	19
D. Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
A. Objek Penelitian.....	22

B. Jenis dan Sumber Data.....,	22
C. Populasi dan Sampel.....	23
D. Teknik Pengumpulan Data.....	24
E. Definisi Operasional... ..	24
F. Teknik Analisis Data.....	28
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	34
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	34
B. Analisis Data.....	36
C. Pembahasan.....	44
BAB V PENUTUP.....	47
A. Kesimpulan.....	47
B. Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Ketentuan Kriteria UMKM.....	2
Tabel 2. Penjualan Produk UMKM Dampit.....,,.....	4
Tabel 3. Perbandingan Keragaman Produk & Harga <i>Egg Roll</i> di Soloraya.....	8
Tabel 4. Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 5. Definisi Operasional Variabel.....	24
Tabel 6. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 7. Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 8. Identitas Responden Berdasarkan Domisili.....	36
Tabel 9. Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas.....	38
Tabel 11. Hasil Uji Normalitas <i>One-Kolmogorov Smirnov</i>	39
Tabel 12. Hasil Uji Multikolinearitas.....	40
Tabel 13. Hasil Uji Glejser.....	41
Tabel 14. Hasil Uji t.....	42
Tabel 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	43
Tabel 16. Hasil Regresi Linier Berganda.....	43

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Grafik Pertumbuhan UMKM di Indonesia	3
Gambar 2. Top 7 Kue Lebaran Favorit Masyarakat Indonesia.....	5
Gambar 3. Kerangka Berpikir.....	19
Gambar 4. Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	39
Gambar 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Output SPSS
3. Tabulasi Data

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, keragaman produk dan harga terhadap keputusan pembelian kue egg roll di Soloraya (Studi kasus pada UMKM Dampit Surakarta). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Ukuran sampel yang ditetapkan menggunakan metode Roscoe sebanyak 119 responden dengan menggunakan pendekatan *Purposive Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis (uji t dan koefisien determinasi). Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS *Statistic for Windows* versi 23 .

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas produk, keragaman produk dan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kue *egg roll* di Soloraya .

Kata kunci: Kualitas Produk, Keragaman Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of product quality, product diversity and price on the decision to purchase egg roll cakes in Soloraya (Case study of UMKM Dampit Surakarta). The type of research used is quantitative research. The sample size determined using the Roscoe method was 119 respondents using a purposive sampling approach. Data analysis techniques used include data instrument tests (validity test and reliability test), classic assumption tests (normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis and hypothesis testing (t test and coefficient of determination). Data processing in this research uses the SPSS Statistics for Windows version 23 tool.

The results of this research suggested that product quality, product diversity and price partially have a positive and significant effect on the decision to purchase egg roll cakes in Soloraya.

Keywords : Product Quality , Product Diversity, Price, Decision to Purchase

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Seiring berjalannya waktu, bisnis di Indonesia terus mengalami perkembangan yang pesat. Dengan perkembangan bisnis dapat mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Salah satu sektor yang turut andil dalam kemajuan ekonomi adalah sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Merujuk pada UU No.20 Tahun 2008 menjelaskan bahwa usaha mikro merupakan usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana yang diatur dalam undang-undangan.

Dikutip dari UU No. 20 Tahun 2008, usaha kecil ialah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan, yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang diatur dalam undang-undang ini.

Pengertian usaha menengah yang tercantum dalam UU No.20 Tahun 2008 adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha

besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang sebagaimana yang diatur dalam perundang-undangan.

UMKM diklasifikasikan ke dalam tiga kriteria yang didasarkan pada jumlah modal dan pendapatan usahanya. Awalnya yang ditetapkan oleh UU No.20 Tahun 2008, sekarang berubah ditentukan oleh Peraturan Presiden No.7 Tahun 2021 dengan adanya pertimbangan nilai inflasi dan kondisi perekonomian dalam negeri. Untuk melihat lebih dalam perubahan tersebut dapat ditunjukkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 1. Ketentuan Kriteria UMKM

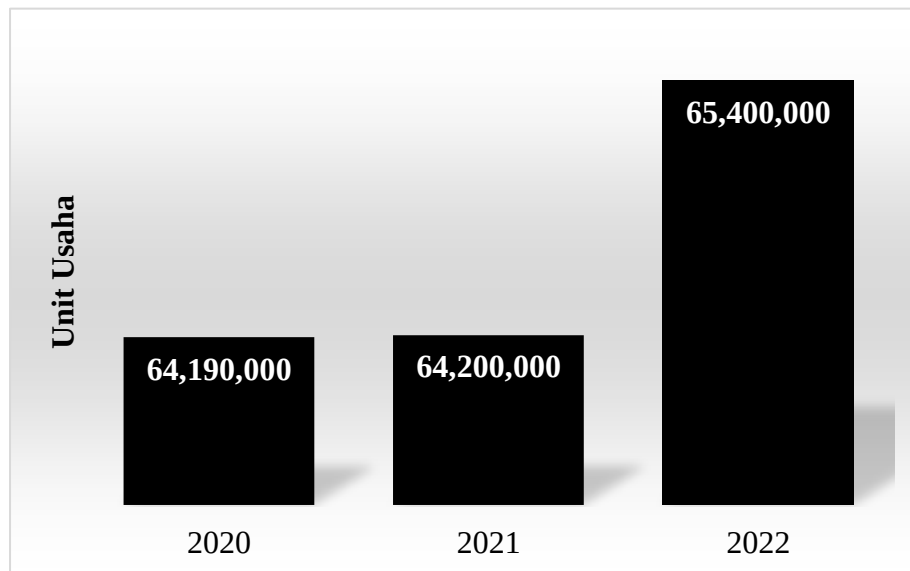
INDIKATOR	UU No. 20/2008	PP No. 7/2021
Pengelompokan UMKM	Berdasarkan hasil kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan	Berdasarkan modal usaha atau hasil penjualan tahunan
Kekayaan Bersih atau Modal Usaha	• Mikro : paling banyak Rp 50 juta • Kecil : Rp 50 – Rp 500 juta • Menengah : Rp 500 juta- Rp 10 miliar	• Mikro : paling banyak Rp 1 miliar • Kecil : Rp 1 miliar- Rp 5 miliar • Menengah : Rp 5 miliar- Rp 10 miliar
Hasil Penjualan Tahunan	• Mikro : paling banyak Rp 300 juta • Kecil : Rp 300 juta- Rp 2,5 miliar • Menengah : Rp 2,5 miliar- Rp 50 miliar	• Mikro : paling banyak Rp 2 miliar • Kecil : Rp 2 miliar- Rp 15 miliar • Menengah : Rp 15 miliar- Rp 50 miliar

Sumber : Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum (JDIH) Kemenkeu (2021)

Ketetapan baru ini tentunya akan mengubah rasio UMKM yang ada di Indonesia. Oleh karena itu, usaha yang awalnya masuk dalam kategori usaha kecil beralih ke skala mikro akibat perubahan nilai omset penjualan. Hal ini

juga berlaku pada usaha kecil dan menengah yang juga mengalami penyesuaian.

Gambar 1. Grafik Pertumbuhan UMKM di Indonesia



Sumber : Kemenkop (2022)

Pada Gambar 1 menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2020 jumlah UMKM di Indonesia sebesar lebih dari 64,19 juta unit. Jumlah tersebut terus mengalami peningkatan di tahun 2021 sebesar 64,2 juta unit dan 2022 yaitu 65,4 juta unit. Dengan meningkatnya jumlah UMKM di Indonesia mampu memberikan kontribusi pada Pendapatan Domestik Bruto (PDB).

Peran UMKM sangat penting bagi perekonomian Indonesia, yaitu memberi kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebesar lebih dari 60% atau sekitar Rp 8,573 triliun setiap tahunnya. Selain itu, UMKM juga 97% total tenaga kerja Indonesia atau 116 juta orang (Anastasya, 2023).

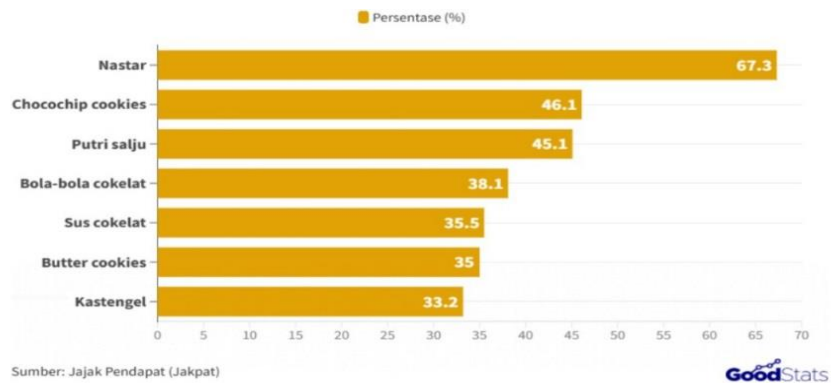
Dilansir dari laman Kemenko Ekonomi, Menko Airlangga Hartanto (2022) mengungkapkan bahwa terciptanya kelembagaan yang terintegrasi serta kebijakan pemerintah yang mendukung menjadi kunci dari keberhasilan dalam pengembangan UMKM. Oleh karena itu, dengan implementasi strategi dalam upaya menawarkan suatu produk maupun jasa dapat mempengaruhi keputusan pembelian bagi seorang konsumen.

Keputusan pembelian yaitu aktivitas penyelesaian masalah yang dilakukan oleh individu didalamnya memilih alternatif perilaku yang dapat dipilih dan dapat dianggap sebagai tindakan pembelian yang paling tepat dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan (Lestari & Saifuddin 2020). Menurut Susanti *et al.* (2023), keputusan pembelian adalah pertimbangan dimana individu mengevaluasi pilihan yang berbeda dan memilih suatu produk di antara banyak pilihan.

Menurut survei yang telah dilakukan oleh GoodStats (2023) memaparkan bahwa ada beberapa jenis kue kering yang terkenal di kalangan masyarakat. Pengamatan diselenggarakan dengan melibatkan responden sebanyak 1760 orang. Hasil yang diperoleh menyatakan kue kering nastar menjadi *top survey* bagi masyarakat Indonesia dengan persentase sebesar 67,3 persen. Kemudian disusul oleh *chocochip cookies* dan putri salju dengan perolehan sebanyak 46,1 persen dan 45,1 persen.

Adapun posisi selanjutnya diikuti bola-bola coklat 38,1 persen, sus coklat 35,5 persen, *butter cookies* 35 persen serta kastengel sebesar 33,2 persen.

Gambar 2. Top 7 Kue Lebaran Favorit Masyarakat Indonesia 2023



Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Dampit yang terletak di Kampung Bratan, Kelurahan Pajang, Kecamatan Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah ini bergerak dibidang makanan yaitu kue kering . Terdapat 4 jenis produk kue kering di UMKM Dampit, antara lain kue *egg roll*, nastar, kastengel dan putri salju. antara beberapa UMKM lainnya yaitu adanya kue *egg roll*. Kue *egg roll* merupakan jenis kue kering yang bahan utamanya adalah tepung terigu dan telur. Kue ini memiliki rasa yang manis dan gurih serta bertekstur renyah, berbentuk gulungan utuh dan tidak pecah-pecah. Sebagian masyarakat juga menyebutnya sebagai kue semprong.

Namun, pada umumnya kue *egg roll* terbuat dari tepung terigu, sedangkan kue semprong terbuat dari tepung beras dan sedikit telur. Karena teksturnya yang mudah dicerna, sehingga kue *egg roll* ini cocok dikonsumsi untuk semua golongan usia baik itu anak-anak, remaja, dewasa, hingga lansia. *Egg roll* biasanya dimanfaatkan sebagai suguhan para tamu, camilan sehari-hari maupun oleh-oleh (Purwanita, 2013).

Namun, peneliti menemukan kesenjangan antara survei yang dilakukan oleh Goodstats dengan fenomena yang terjadi di lapangan. Fakta yang terjadi pada UMKM Dampit adalah produk *egg roll* menjadi favorit konsumen pada musim lebaran.

**Tabel 2. Penjualan Produk UMKM Dampit
Edisi Lebaran 2021-2023**

No.	Produk	Penjualan		
		2021	2022	2023
1.	<i>Egg Roll</i>	1019	515	1265
2.	Kastangel	98	91	101
3.	Nastar	95	99	84
4.	Putri Salju	88	86	69

Sumber : Data primer UMKM Dampit (2023)

Berdasarkan tabel 2 produk *egg roll* menduduki peringkat teratas penjualan dalam tiga tahun terakhir. Maka dari itu, produk *egg roll* menjadi yang digemari oleh masyarakat.

Selain itu, faktor keberhasilan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dapat dilihat dari kemampuan seorang pengusaha dengan menerapkan kreativitas menjadi sebuah hal yang harus dimiliki. Berdasarkan hasil mini survei yang telah dilakukan oleh peneliti dan diperoleh 12 dari 13 orang mengatakan bahwa kualitas produk menjadi alasan membeli produk *egg roll* Dampit. Hal itu diperkuat dengan hasil jajak pendapat yang menyatakan bahwa 13 orang atau 100 persen setuju produk *egg roll* Dampit

sangat sesuai dengan selera konsumen. Perpaduan rasa wijen yang melekat membuat produk kue *egg roll* digemari oleh banyak konsumen.

Kualitas produk menjadi salah satu peran penting dalam upaya meraih sebuah kesuksesan usahanya. Dengan selalu memperhatikan kualitas produk terjaga sampai ke tangan konsumen sehingga dapat menjadi citra yang baik dan bisa meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk bisa memuaskan segala kebutuhan konsumen sesuai dengan kebutuhan serta keinginannya (Harinie *et al.* 2023)

Perusahaan menerapkan strategi pengembangan produk serta pasar baru agar bisa meningkatkan daya saing di pasar, termasuk meningkatkan kuantitas, desain, warna, ukuran maupun jenis (Putu *et al.* 2023). Menurut Indrasari (2016), keragaman produk ialah total keseluruhan produk yang ditawarkan oleh penjual kepada konsumen. Keragaman produk dapat meningkatkan suatu peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan daya tarik industri dan konsumen serta menjadi sebuah peluang pertumbuhan keunggulan kompetitif.

Selain itu, konsumen dalam hal perusahaan menyediakan cukup banyak pilihan produk yang diperlukan di pasar sehingga pada tujuan akhirnya konsumen akan membeli produk tersebut. Oleh sebab itu, keragaman merupakan langkah bagi para pebisnis dalam upaya pemenuhan kebutuhan konsumen. Dengan adanya keragaman produk yang dihasilkan, perusahaan mampu melayani dan menjangkau berbagai elemen masyarakat. (Alimin *et*

al. 2022). Keragaman produk *egg roll* yang dimiliki oleh beberapa UMKM di Soloraya, antara lain :

Tabel 3. Perbandingan Keragaman Produk & Harga *Egg roll* UMKM di Soloraya

No.	Jenis Produk	Berat Bersih	UMKM		
			Dampit	Alena	Selna Homemade
1.	Kemasan Plastik Sedang	250 gram	Rp 20,000	Rp 25,000	Rp 23,000
2.	Kemasan Plastik Besar	500 gram	Rp 40,000	-	Rp 45,000
3.	Kemasan Toples Kecil	200 gram	-	Rp 25,000	-
4.	Kemasan Toples Sedang	300 gram	Rp 33,000	Rp 35,000	-
5.	Kemasan Toples Besar	500 gram	Rp 37,000	Rp 40,000	-
6.	Kemasan <i>Standing Pouch</i>	100 gram	Rp 8,000	-	-

Sumber : Data Primer & Sekunder (2023)

Perbandingan yang tertera pada Tabel 3 menunjukkan bahwa keragaman produk UMKM Dampit lebih unggul daripada dua pesaingnya. UMKM Dampit memiliki 5 kategori, sedangkan UMKM Alena dengan 4 kategori dan Selna Homemade sebanyak 2 kategori.

Metode perhitungan harga pokok produksi dalam Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) harus diperhatikan agar perhitungan laba lebih jelas. Strategi dalam menentukan harga juga bertujuan untuk meningkatkan penjualan, memikat konsumen atau mempercepat habisnya persediaan. Menurut Indrasari (2016) harga merupakan suatu kesepakatan transaksi jual beli barang dan jasa yang dimana telah disetujui kedua belah pihak. Harga memiliki posisi yang krusial, karena harga menjadi tolak ukur bagi

konsumen untuk memperoleh produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keberhasilan menjalankan suatu usaha bagi para pebisnis.

Dengan perbandingan harga pada tabel 3, dapat dilihat bahwa perbandingan antara *egg roll* Dampit , Alena dan Selna Homemade relatif signifikan. Namun, harga *egg roll* Dampit lebih terjangkau daripada produk pesaingnya.

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Lestari & Nawangsari (2023) mengenai produk kosmetik menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan. Hal ini disebabkan karena daya tahan yang lama serta adanya jaminan saat konsumen menggunakan produk kosmetik. Sedangkan dalam riset Susanti *et al.* (2023), kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan. Alasan yang mendasari adalah kualitas produk bukanlah tujuan utama dalam melakukan pembelian. Niat utama konsumen membeli produk adalah dapat memenuhi kebutuhan serta kebermanfaatan dari barang tersebut.

Bersumber dari penelitian sebelumnya, Imawan (2021) mengungkapkan keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, hal ini tidak sejalan dengan penelitian Pratiwi & Sardanto (2023) yang menyimpulkan bahwa keragaman produk tidak berpengaruh positif dan signifikan. Faktor-faktor yang mempengaruhi hal tersebut terjadi dikarenakan konsumen kerap mementingkan aspek lain seperti harga, kualitas produk maupun kebutuhan fungsional produk.

Riset yang dipaparkan oleh Dumadi (2023), variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Keterjangkauan harga, kualitas produk yang ditawarkan dan manfaat yang diberikan menjadi acuan konsumen membeli produk. Kendati demikian, penelitian yang dilakukan oleh Sari & Chandra (2023) membuktikan hal yang bertolak belakang. Harga menunjukkan pengaruh negatif dan tidak signifikan, karena sebagian masyarakat melakukan pembelian tidak melihat dari harganya, melainkan kemampuan finansialnya. Selain itu, produk yang ditawarkan dapat dijangkau oleh berbagai lapisan masyarakat.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijabarkan, dengan menyoroti adanya produk kue *egg roll* UMKM Dampit pada musim lebaran yang menjadi primadona. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan memilih judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Keragaman Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kue *Egg Roll* di Soloraya (Studi Kasus Pada UMKM Dampit Surakarta)”**.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kue *egg roll* di Soloraya?
2. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kue *egg roll* di Soloraya?

3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kue *egg roll* di Soloraya?

C. TUJUAN PENELITIAN

Sesuai dengan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kue *egg roll* di Soloraya.
2. Mengetahui seberapa besar pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian kue *egg roll* di Soloraya.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kue *egg roll* di Soloraya.

D. MANFAAT PENELITIAN

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Dengan adanya penelitian ini, mampu memberikan referensi kepada penelitian selanjutnya guna menambah pemahaman bidang pemasaran terkait keputusan pembelian pada UMKM *egg roll* di Indonesia.

2. Manfaat praktis

Memberikan informasi kepada pelaku UMKM khususnya kue kering *egg roll* agar dapat mengetahui faktor keputusan pembelian produk kue *egg roll* sehingga dapat meningkatkan penjualan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. TEORI YANG RELEVAN

1. Manajemen Pemasaran

Menurut Harto *et al.* (2021), manajemen pemasaran merupakan aktivitas manajemen yang intinya berlandaskan pada fungsinya, yang hakikatnya adalah berupaya untuk dapat mengenali apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh konsumen, serta bagaimana usaha pemenuhannya bisa terealisasi.

Fauzan *et al.* (2023) mendefinisikan bahwa manajemen pemasaran adalah ilmu yang menelaah tentang tingkah laku konsumen. Bagaimana cara pelaku bisnis mengetahui kriteria produk maupun jasa yang dicari oleh konsumen melalui pengamatan. Selanjutnya menciptakan produk dan jasa tersebut hingga dapat distribusikan dengan baik sampai ke tangan konsumen.

Elbadiansyah (2023) dalam bukunya menjelaskan manajemen pemasaran mencakup pengorganisasian pengembangan produk, promosi, komunikasi, strategi bisnis, harga serta pelayanan untuk dapat mencukupi dan memuaskan konsumen.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat diambil kesimpulan manajemen pemasaran adalah upaya pemuasan kebutuhan konsumen yang dilakukan oleh pebisnis yang diawali dengan pengidentifikasian,

menciptakan suatu produk kemudian hingga produk tersebut sampai kepada konsumen.

2. Keputusan Pembelian

Definisi Kotler dan Keller (2008) yang termuat dalam penelitian Febriani (2023) mengungkapkan bahwa keputusan pembelian adalah kegiatan membeli sebuah merek yang paling banyak digemari dari sekian banyak alternatif pilihan yang ada. Sedangkan dikutip dari buku Nurhayati (2023), memaparkan bahwa keputusan pembelian ialah suatu tindakan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen yang hendak melakukan pembelian dengan memadukan pengetahuan untuk memilih dua atau lebih alternatif produk yang ada.

Berakar dari definisi yang disebutkan, dapat dirangkum bahwa keputusan pembelian merupakan tahapan penyelesaian masalah terhadap pembelian produk yang dilakukan oleh konsumen disertai dengan langkah nyata untuk menentukan dua atau lebih alternatif yang ada.

Indikator dari keputusan pembelian menurut Kotler (2012) yang tersadur dalam penelitian Febriani (2023) sebagai berikut :

- a. Tujuan pembelian produk
- b. Pemrosesan data atau informasi untuk sampai ke penentuan merek
- c. Keteguhan pada sebuah produk
- d. Melakukan rekomendasi kepada orang lain
- e. Adanya pembelian ulang

3. Kualitas Produk

Harinie *et al.*, (2023) mengemukakan kualitas produk yaitu pengupayaan suatu produk agar mampu memenuhi kebutuhan para konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Menurut Kotler & Amstrong dalam penelitian Satdiah *et al.*, (2023), kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk yang bisa memberikan nilai guna yang berupa fungsi yang diantaranya kehandalan, ketepatan, daya tahan, maupun kehandalan dan atribut bernilai lainnya. Dalam penelitian Febriani (2023), Kotler dan Keller (2009) menjelaskan kualitas produk adalah keseluruhan fitur dan karakteristik sebuah produk maupun jasa yang bersandarkan pada kesanggupan untuk memenuhi kebutuhan yang telah dikatakan atau tersirat.

Efdison *et al.*, (2023) menyatakan bahwa kualitas produk adalah suatu upaya dalam kaitan memuaskan kebutuhan pelanggan untuk mencapai keseimbangan dengan harapan pelanggannya.

Bersumber dari pengertian yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah karatektistik dari suatu produk maupun jasa agar mampu memaksimalkan fungsi dan menyenangkan konsumen baik itu dalam hal kehandalan, ketepatan operasi, daya tahan, serta atribut lainnya.

Adapun indikator dari kualitas produk yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2009) yang dikutip dari hasil riset Febriani (2023) antara lain sebagai berikut :

- a. Kesesuaian rasa dengan selera
- b. Kinerja produk
- c. Fitur produk
- d. Daya tahan kemasan
- e. Keawetan produk

4. Keragaman Produk

Simamora yang dialihbahasakan Hidayat & Sujud (2019) mendefinisikan keragaman produk adalah sekumpulan produk dan unsur yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli. Menurut Hendro & Syamswana dalam riset Imawan (2021) menjelaskan bahwa keragaman produk adalah banyaknya pilihan item di setiap kategori produk. Keragaman produk dapat dikatakan luas jika perusahaan memiliki kedalaman yang baik.

Berdasarkan dari penjelasan yang telah dipaparkan, dapat diambil kesimpulan bahwa keragaman produk adalah perwujudan sebuah perusahaan dengan menciptakan produk yang beraneka ragam di setiap lini.

Menurut Hendro & Syamswana yang termuat pada penelitian Imawan (2021) terdapat 10 indikator yaitu :

- a. Bentuk (*form*)
- b. Fitur (*feature*)
- c. Penyesuaian (*customization*)
- d. Kualitas kinerja (*performance quality*)

- e. Kesesuaian kualitas (*conformance quality*)
- f. Ketahanan (*durability*)
- g. Keandalan (*reliability*)
- h. Kemudahan perbaikan (*repairability*)
- i. Gaya (*style*)
- j. Desain (*design*)

5. Harga

Disadur dari buku Indrasari, (2016), Philip Kotler menjelaskan harga merupakan nilai yang dikenakan atas suatu produk atau jasa yang ditukarkan oleh konsumen yang mana pilihan pembeli dipengaruhi oleh keunggulan harga. Sharliz & Lusia, (2023) menjelaskan bahwa harga adalah nilai yang fungsinya untuk memiliki, mengkonsumsi serta mengukur sebuah produk. Dengan demikian, harga yaitu tolak ukur untuk memperoleh suatu barang atau jasa yang dimanifestasikan melalui sejumlah uang.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) dalam penelitian Febriani (2023) terdapat 5 indikator harga yaitu :

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat
- e. Harga yang sesuai dengan daya beli konsumen

B. PENELITIAN TERDAHULU

Kerangka teori harus dikembangkan untuk mendukung gagasan yang diajukan sebelum melakukan penelitian. Beberapa karya dasar dapat dijadikan acuan seperti penelitian sebelumnya. Contoh riset terdahulu yang dibandingkan dan didukung dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4. Penelitian Terdahulu

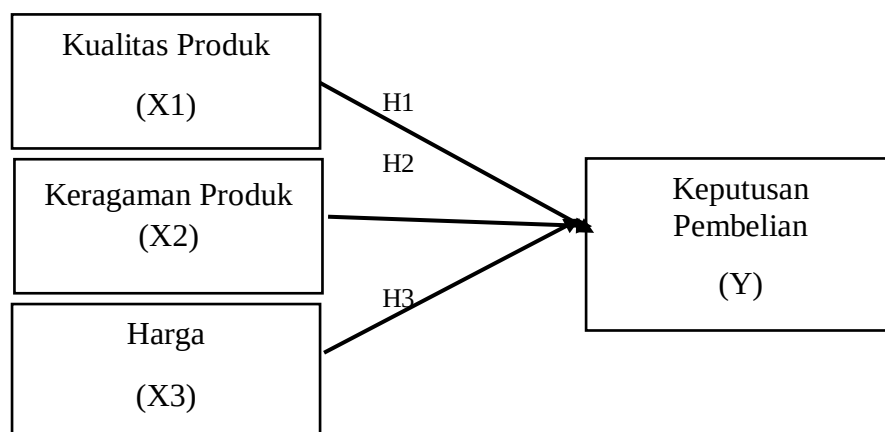
No.	Penulis dan Tahun	Judul	Variabel		Hasil
			X	Y	
1.	Wiarsih Febriani (2023)	Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Batik Trusmi)	Kualitas Produk (X1) Citra Merek (X2)	Keputusan Pembelian (Y)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian BT Batik Trasmis
2.	Jihan Citradewi, Elmira Siska, Natal Indra (2023)	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk UMKM Dekranasda Kota Depok	Kualitas Produk (X1), Harga (X2)	Keputusan Pembelian (Y)	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
3.	Bram Imawan (2021)	Pengaruh Kualitas Produk dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian	Kualitas Produk (X1), Keragaman Produk (X2)	Keputusan Pembelian (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan keragaman produk secara parsial berpengaruh positif dan

		Don Pablo Abon Mix			signifikan terhadap keputusan pembelian
4.	Ni Wayan Risa Dewi Apsari, I Gusti Ayu Wimba, Ida Ayu Mashyuni (2023)	Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) CLEO Di Kota Denpasar	Harga (X1), Kualitas Produk (X2)	Keputusan Pembelian (Y)	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
5.	Ni Luh Putu Astini, Nyoman Dwika Ayu Amrita (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada CV Mutiara Permai Cantika di Gianyar	Kualitas Pelayanan (X1), Keragaman Produk (X2)	Keputusan Pembelian (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV. Mutiara Permai Cantika di Gianyar
6.	Nur Asia (2023)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Scarlett Di	Kualitas Produk (X1), Harga (X2) <i>Brand Awareness</i> (X3)	Keputusan Pembelian (Y)	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian

		Kabupaten Mamuju			
7.	Sofiani, Sandy Lauren (2023)	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Soon Burger Poris Indah	Harga (X1)	Keputusan Pembelian (Y)	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian
8.	Widiasih Febriani (2023)	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada King Mango di AEON Mall BSD	Kualitas Produk (X1), Harga (X2)	Keputusan Pembelian (Y)	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk King Mango

Sumber : Data Sekunder diolah, 2023

C. KERANGKA BERPIKIR



Gambar 3. Kerangka Berpikir

Merujuk pada gambar diatas terdapat dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen.

1. Variabel Dependen

Variabel dependen ialah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

2. Variabel Independen

Variabel Independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen atau terikat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1), keragaman produk (X2) dan harga (X3).

D. HIPOTESIS

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Riset yang telah dilakukan oleh Citradewi *et al.*, (2023) menjelaskan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

H1: Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian kue *egg roll* pada UMKM Dampit di Soloraya

2. Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Penelitian yang dilakukan Astini & Amrita (2023) menunjukkan secara parsial variabel keragaman produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Hal ini juga sejalan dengan riset yang dilakukan Imawan (2021) mengenai makanan abon. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

H2: Keragaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian kue *egg roll* pada UMKM Dampit di Soloraya.

3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Harga mempunyai dampak positif terhadap keputusan pembelian. Merujuk pada penelitian Marlius & Mutiara (2022) yang menyatakan variabel harga memiliki nilai positif, artinya jika harga mengalami kenaikan maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian Sofiani & Lauren (2023) terkait makanan *burger*. Hasil penelitian menyatakan bahwa harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

H3: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kue *egg roll* pada UMKM Dampit di Soloraya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Bersumber dari hasil penelitian serta pembahasan yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kue *egg roll* di Soloraya.
2. Variabel keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kue *egg roll* di Soloraya.
3. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kue *egg roll* di Soloraya.

B. SARAN

Berlandaskan pada hasil penelitian dan pembahasan kemudian saran yang bisa diberikan sebagai berikut :

1. Bagi UMKM Dampit

Peneliti menyarankan bagi UMKM Dampit lebih meningkatkan pada kualitas kemasan agar dapat meminimalisir barang rusak atau cacat. Dengan cara menambah standar mutu atau ketebalan plastik agar lebih kokoh di segala kondisi. Kemudian penggunaan *bubble wrap* atau menambahkan stiker mudah pecah jika barang tersebut akan dikirim ke luar kota.

2. Bagi Mahasiswa

Mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam untuk mahasiswa tentang kualitas produk, keragaman produk dan harga terhadap keputusan pembelian kue *egg roll* di Soloraya.

3. Bagi peneliti

Diharapkan kedepannya, bisa mengembangkan penelitian ini dengan meneliti dengan menggunakan variabel-variabel bebas lainnya yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian sehingga pemahaman yang diperoleh dapat ditinjau lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimin, E., D. Afriani, N. P. Agusfianto, Y. F. Octavia, T. Mulyaningsih, S. Y. M. Yusuf, R. Irwansyah, & A. Moonti. 2022. *Manajemen Pemasaran: Kajian Pengantar Di Era Bisnis Modern*. Seval Literindo Kreasi.
- Anastasya, Annisa. 2023. "Data UMKM, Jumlah Dan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Indonesia." *UKM Indonesia*. Retrieved September 20, 2023 (<https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia>).
- Astini, Ni Luh Putu, & Nyoman Dwika Ayu Amrita. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada CV Mutiara Permai Cantika Kosmetik Di Gianyar." *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)* 22(1):42–51. doi: 10.22225/we.22.1.2023.42-51.
- Citradewi, J., E. Siska, & N. Indra. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk UMKM Dekranasda Kota Depok." *CiDEA Journal* 2(1):104–16.
- Duli, Nikolaus. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Deepublish.
- Dumadi. 2023. "Pengaruh Harga, Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus UMKM Mitra Mandiri Kabupaten Brebes)." *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah* 8(3).
- Efdison, Zefri, Anggil Nopra Lova, Yelnim, Dorris Yadewani, & Erni Febrina Harahap. 2023. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kopi Nur." *Jisos* 2(1):1293–1304.
- Elbadiansyah. 2023. *Pengantar Manajemen*. Deepublish.
- Fauzan, R., L. N. A. Lotte, N. Saeni, F. Sudirjo, Z. Setiawan, A. Pandowo, A. S. Titing, I. M. Murdana, and A. A. Nasution. 2023. *Manajemen Pemasaran*. Global Eksekutif Teknologi.
- Febriani, Wiarsih. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada King Mango Di Aeon Mall Bsd." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2(03):95–105. doi: 10.56127/jukim.v2i03.718.
- Goodstats. 2023. "Nastar Ungguli Daftar Kue Lebaran Favorit Masyarakat Indonesia 2023." Retrieved November 26, 2023 (<https://goodstats.id/article/nastar-ungguli-daftar-kue-lebaran-favorit-masyarakat-indonesia-2023-versi-jakpat-lBvAw>).
- Harinie, L. T., A. Triyono, M. E. Saputri, H. Hanafiah, R. Arissaputra, N. P. N. P. Wijaya, A. Suyatno, & T. Rahayu. 2023. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. CV. Intelektual Manifes Media.

- Harto, Budi, Rahmat Joko Nugroho, Maulana Majied Sumatrani Saragih, Muhamad Fatih Rusydi Syadzili, & Fachrurazi. 2021. *Dasar Manajemen Bisnis*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Hermawan, Sigit, & Amirullah. 2021. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Hidayat, Rachmat, & Atsari Sujud. 2019. "Pengaruh Atmosfer Toko, Lokasi Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Planet Ban Margonda Raya, Depok." *Oikonomia: Jurnal Manajemen* 15(1):17–29. doi: 10.47313/oikonomia.v15i1.641.
- Imawan, Bram. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Don Pablo Abon Mix." *Performa* 6(4):312–20. doi: 10.37715/jp.v6i4.2553.
- Indrasari, Meithiana. 2016. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Vol. 6.
- Jaya, I. M. L. M. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Teori, Penerapan, Dan Riset Nyata*. Anak Hebat Indonesia.
- Lestari, Alda Octavia, & Sri Nawangsari. 2023. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Keragaman Produk Dan Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over (Studi Kasus Pada Konsumen Wanita Di Jabodetabek)." *Jurnal JAMAN (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis)* 3(2):153–66.
- Lestari, Putri, & Muchammad Saifuddin. 2020. "Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19." *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)* 3(2):23–31. doi: 10.15642/manova.v3i2.301.
- Limanseto, Haryo. 2022. "Menko Airlangga Ungkap Kunci Keberhasilan Pengembangan UMKM." *Kemenko Perekonomian*. Retrieved September 20, 2023 (<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4425/menko-airlangga-ungkap-kunci-keberhasilan-pengembangan-umkm>).
- Marlius, Doni, & Mutiara Mutiara. 2022. "Pengaruh Merek, Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Smartphone Oppo Pada Rindo Cell Di Surantih Kecamatan Sutera Kabupaten Pesisir Selatan)." *Jurnal Economina* 1(4):768–83. doi: 10.55681/economina.v1i4.169.
- Mujahid, Muhammad Azzam, & Sri Muljaningsih. 2023. "Analisis Pengaruh Pendapatan, Harga dan Tingkat Komsumsi Islami Terhadap Pembelian di Minimarket Al-Khaibar Masjid Rois Dahlan." 2(3):500–512.
- Musriha. 2021. *Statistik Induktif Dan Metode Kuantitatif Untuk Ekonomi Dan Bisnis Edisi Revisi*. Jakad Media Publishing.
- Nurani, Alfida Tegar, Adi Setiawan, & Bambang Susanto. 2023. "Perbandingan

- Kinerja Regresi Decision Tree Dan Regresi Linear Berganda Untuk Prediksi BMI Pada Dataset Asthma.” *Jurnal Sains Dan Edukasi Sains* 6(1):34–43. doi: 10.24246/juses.v6i1p34-43.
- Nurhayati. 2023. *Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen*. Penerbit NEM.
- Pratiwi, Amiliya Eka, & Rino Sardanto. 2023. “Keputusan Pembelian Di Toko Agro Mart Puncu Kediri : Peran Harga, Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Dalam Mempengaruhi Perilaku Konsumen.” 2:711–19.
- Putri, Nyimas Ekinevita, Retno Astuti, & Shyntia Atica Putri. 2014. “Perencanaan Strategi Pengembangan Restoran Menggunakan Analisis Swot Dan Metode Qspm.” *Jurnal Industria* 3(2).
- Putu, Luh, Ratna Udayani, Luh Putu Mahyuni, Anak Agung, & Made Sastrawan. 2023. “Volume 25 Issue 2 (2023) Pages 396-407 FORUM EKONOMI : Jurnal Ekonomi , Manajemen Dan Akuntansi ISSN : 1411-1713 (Print) 2528-150X (Online) Strategi Penetapan Harga , Diferensiasi Dan Diversifikasi Produk Dalam Membangun Keunggulan Bersaing UMKM Pri.” 25(2):396–407.
- Rahmawati. 2022. *Apa Saja Variabel Penelitian Dalam Bidang Marketing ??? (Panduan Bagi Peneliti Pemula)*. Universitas Mulawarman.
- Riyanto, S., & A. A. Hatmawan. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Sari, Dewi Cinthia, & Stefani Chandra. 2023. “The Effect Of Brand Image, Product Quality, Price, And Promotion On The Purchase Decision Of Indomie Noodles In Pekanbaru (Case Study On Pelita Indonesia Students Pekanbaru).” *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen* 11(1):92–103.
- Satdiah, Alimatuts, Elmira Siska, & Natal Indra. 2023. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De ' Lucent Paint.” *CiDEA Journal* 2(1):24–38.
- Sharliz, Irsyad Octoviandre, & Atik Lusua. 2023. “Pengaruh Harga, Persepsi Kualitas, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mitsubishi Xpander Di Provinsi Jawa Tengah.” *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 3(2):258–75.
- Siregar, Syofian. 2023. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*. edited by F. Hutari. Bumi Aksara.
- Sofiani & Sandy Lauren. 2023. “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Soon Burger Poris Indah.” *Jurnal Hospitaliti Dan Parawisata* 1(6):307–20.
- Sumargo, B. 2020. *Teknik Sampling*. UNJ Press.

- Susanti, Eka Noviana, Aji Prasajo, & Itot Bian Raharjo. 2023. "Store Atmosphere, Price Discount Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di CV Torta Indonesia." 2:683–92.
- Susanti, Febsri, & Rasyim Jifni Nasri. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Scoopy Pada PT Menara Agung Kota Padang." *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* 3(2014):399–411.
- Susanti, Irma, & Fazrina Saumi. 2022. "Gamma-Pi: Jurnal Matematika Dan Terapan." *Ganna-Pi* 4(2):10–17.
- Zakariah, M. A., V. Afriani, & M. Zakariah. 2020. *Metodologi Penelitian (R n D)*. Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

I. Karakteristik Responden

1. Nama
2. Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
3. Umur :
4. Domisili :
 - Surakarta
 - Sukoharjo
 - Karanganyar
 - Boyolali
 - Klaten
 - Sragen
 - Wonogiri

II. Pertanyaan Responden

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berilah jawaban atas pertanyaan-pertanyaan berikut dengan tanda (checklist) pada kolom yang tersedia. Terdapat 5 pilihan jawaban yaitu :

Keterangan :

Sangat Tidak Setuju (STS)

Tidak Setuju (TS)

Kurang Setuju (KS)

Setuju (S)

Sangat Setuju (SS)

*) Kriteria pengisian kuesioner yaitu masyarakat yang mengenal, membeli kue egg roll Dampit dan mengonsumsi kue egg roll Dampit di Soloraya.

KEPUTUSAN PEMBELIAN

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya membeli produk <i>egg roll</i> karena keinginan saya sendiri					
2.	Sebelum membeli, saya mencari informasi terkait dengan produk <i>egg roll</i> UMKM Dampit					
3.	Saya memilih produk <i>egg roll</i> Dampit setelah saya membandingkannya dengan produk lain yang sejenis					
4.	Setelah membeli produk <i>egg roll</i> Dampit, saya melakukan rekomendasi kepada orang lain, teman dan keluarga					
5.	Setelah membeli produk <i>egg roll</i> Dampit, saya berkeinginan untuk membelinya kembali					

KUALITAS PRODUK

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Rasa yang diberikan produk <i>egg roll</i> Dampit sesuai dengan selera saya					

2.	Produk kue <i>egg roll</i> memiliki kualitas yang baik					
3.	Infotmasi yang diberikan pada kemasan produk <i>egg roll</i> UMKM Dampit lengkap, meliputi berat bersih, komposisi bahan, tanggal kadaluwarsa					
4.	Kemasan produk kuat sehingga dapat melindungi produk <i>egg roll</i> dengan sempurna					
5.	Produk <i>egg roll</i> Dampit tidak mudah melempem					

KERAGAMAN PRODUK

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Bentuk dan ukuran produk <i>egg roll</i> UMKM Dampit sesuai dengan keinginan saya					
2.	Tanggal kadaluwarsa produk <i>egg roll</i> UMKM Dampit tercantum dengan jelas					
3.	Produk <i>egg roll</i> UMKM Dampit dapat menerima pesanan ukuran (<i>custom</i>) sesuai dengan yang saya inginkan					
4.	Produk <i>egg roll</i> UMKM Dampit dapat diolah/dimanfaatkan kembali (seperti remukan) sesuai dengan keinginan saya					

5.	Produk <i>egg roll</i> Dampit dapat menjaga kerenyahannya (tidak cepat melempem)					
6.	Varian produk <i>egg roll</i> UMKM Dampit sesuai dengan informasi yang tertera di kemasan					
7.	Produk <i>egg roll</i> UMKM Dampit tahan lama jika diletakkan dalam suhu ruang tertentu (dalam lemari/kulkas)					
8.	Produk <i>egg roll</i> Dampit tidak mudah rusak dalam segala kondisi					
9.	Produk <i>egg roll</i> Dampit yang saya beli tidak pernah mengalami kerusakan					
10.	Produk <i>egg roll</i> Dampit menjamin pengembalian produk jika mengalami kerusakan					
11.	Inovasi produk (bentuk) <i>egg roll</i> UMKM Dampit memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan produk yang sejenis					
12.	Variasi kemasan produk <i>egg roll</i> yang disajikan memiliki ciri khas tersendiri					
13.	Tampilan kemasan produk <i>egg roll</i> UMKM Dampit menarik (unik)					

HARGA

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Harga <i>egg roll</i> UMKM Dampit terjangkau					
2.	Harga <i>egg roll</i> UMKM Dampit yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan					
3.	Harga <i>egg roll</i> yang ditawarkan oleh UMKM Dampit mampu bersaing dengan produk yang sejenis					
4.	Harga produk <i>egg roll</i> UMKM Dampit yang ditetapkan sesuai dengan manfaat yang diberikan					
5.	Harga produk <i>egg roll</i> UMKM Dampit sesuai dengan kemampuan beli konsumen					