



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN-PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Pengaruh Kualitas Produk terhadap Harga**  
**di CV. Bintang Jaya Mandiri Bandung**

Skripsi

Oleh:  
David Wilanda  
2013320117

Bandung  
2019



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN-PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Pengaruh Kualitas Produk terhadap Harga**  
**di CV. Bintang Jaya Mandiri Bandung**

Skripsi

Oleh

David Wilanda

2013320117

Pembimbing

James Rianto Situmorang, Drs., M.M.

Bandung

2019

## **Pernyataan**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : David Wilanda

NPM : 2013320117

Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Harga Di CV.  
Bintang Jaya Mandiri Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak yang lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penelitian ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apa pun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui apabila pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 16 Juli 2019

David Wilanda

## ABSTRAK

Nama : David Wilanda  
NPM : 2013320117  
Judul : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Harga Di CV. Bintang Jaya Mandiri Bandung

---

Tujuan utama dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh Kualitas produk terhadap Harga di CV. Bintang Jaya Mandiri Bandung. Teknik apa yang dilakukan oleh CV. Bintang Jaya Mandiri Bandung dalam mencapainya dengan cara membandingkan teori yang ada dengan pelaksanaan yang dilakukan oleh CV. Bintang Jaya Mandiri Bandung

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian asosiatif dan analisis deskriptif, dengan metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survei dan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dan kuesioner. Hasil penelitian diolah dengan teknik analisis menggunakan statistik.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, mendapat kesimpulan bahwa lima dimensi yang berada di dalam Kualitas produk yaitu kinerja, keistimewaan produk, kesesuaian dengan spesifikasi, ketahanan, dan kualitas yang dirasakan yang digunakan dalam kualitas produk oleh CV. Bintang Jaya Mandiri Bandung sudah berjalan dengan baik dan telah disetujui oleh responden baik, dan pada variabel Harga di CV. Bintang Jaya Mandiri Bandung dalam keseluruhan pun sudah termasuk dalam kategori yang baik dan disetujui baik.

Pengaruh Kualitas produk terhadap Harga ini juga telah dilakukan pengujian koefisien korelasi dari hasil olah data yang artinya dengan kualitas produk dapat menentukan harga. Hasil dari analisis koefisien determinasi adalah Kualitas produk memberikan pengaruh sebesar 61.5% terhadap Harga. Sedangkan sebanyak 38.5% sisanya merupakan kontribusi pengaruh yang diberikan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Keseluruhan penggunaan dimensi Kualitas produk pada CV. Bintang Jaya Mandiri Bandung telah berjalan secara baik dengan dimensi kinerja memiliki rata – rata tertinggi diikuti oleh kesesuaian dengan spesifikasi, ketahanan, kualitas yang dirasakan dan keistimewaan produk yang membuat meningkatnya penetapan Harga.

Kata kunci : Kualitas produk dan Harga

## **ABSTRACT**

Name : David Wilanda  
NPM : 2013320117  
Title : *Effect of Product Quality on Prices in CV. Bintang Jaya Mandiri Bandung*

---

*The main purpose of this study is to determine the effect of product quality on prices on CV. Bintang Jaya Mandiri Bandung. What technique is done by CV. Bintang Jaya Mandiri Bandung in achieving it by comparing existing theories with the implementation carried out by CV. Bintang Jaya Mandiri Bandung*

*The type of research used by the author is associative research and descriptive analysis, with the research method used is survey research methods and using interview data collection techniques and questionnaires. The results of the study are processed by analyst techniques using statistics.*

*The results of the research conducted by the author, concluded that the five dimensions that are in product quality are performance, product features, conformity with specifications, durability, and perceived quality used in product quality by CV. Bintang Jaya Mandiri Bandung has been running well and has been approved by the respondents both, and on the price variable on the CV. Bintang Jaya Mandiri Bandung in its entirety is included in the good and approved category.*

*The influence of product quality on prices has also been tested testing the correlation coefficient from the results of data processing which means that the quality of the product can determine the price. The result of the analysis of the coefficient of determination is the quality of the product has an effect of 61.5% on the price. Whereas the remaining 38.5% is the contribution of the influence given by other factors not examined in the study.*

*Overall use of dimensions of product quality on CV. Bintang Jaya Mandiri Bandung has been running well with the dimensions of performance having the highest average followed by conformity with specifications, resilience, perceived quality and product privileges that make increasing price fixing.*

*Keywords: Product quality and price*

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya maka penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah berupa skripsi sesuai dengan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam jenjang perkuliahan Strata 1 Universitas Katolik Parahyangan. Dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari hambatan dan kesulitan, namun berkat bimbingan, bantuan, nasihat dan saran serta kerjasama dari berbagai pihak, segala hambatan tersebut akhirnya dapat diatasi dengan baik.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, membimbing, memberi dukungan, masukan serta saran dalam menyelesaikan pembuatan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, M.Si., selaku Kepala Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis.
2. Bapak James R. Situmorang, Drs., MM., selaku dosen pembimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh dosen yang telah membantu penulis dalam proses belajar selama di perkuliahan.
4. Stephanie wilanda yang telah membantu penulisan skripsi dari awal sampai akhir

5. Papa dan mama yang telah mendoakan saya agar dapat menyelesaikan kuliah dan tugas skripsi sampai akhir.

Dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak lepas dari kekurangan, baik aspek kualitas maupun aspek kuantitas dari materi yang disajikan. Semua ini didasarkan dari keterbatasan yang dimiliki penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang.

Semoga skripsi ini dapat berguna dalam rangka menambah wawasan serta pengetahuan bagi siapa pun yang membacanya. Sebelumnya penulis mohon maaf bila terdapat kesalahan kata- kata yang kurang berkenan.

Bandung, Juli 2019

David Wilanda

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Tujuan Penelitian .....	5
1.3. Kegunaan Penelitian .....	5
BAB II KERANGKA TEORI .....	7
2.1. Pemasaran .....	7
2.1.1. Pengertian Pemasaran .....	7
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	8
2.1.3. Bauran Pemasaran .....	9
2.2. Kualitas Produk .....	11
2.2.1. Definisi Kualitas Produk .....	11
2.2.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk .....	13
2.2.3 Dimensi Kualitas Produk .....	15
2.4. Harga .....	16
2.4.1. Pengertian Harga .....	16
2.4.3. Dimensi Harga .....	19
2.5. Hasil Penelitian Sebelumnya .....	20
2.6. Hipotesis .....	21
BAB III METODE DAN OBJEK PENELITIAN .....	23
3.1. Metode Penelitian .....	23
3.2. Jenis penelitian .....	24



3.3.	Model Penelitian.....	24
3.4.	Variabel Penelitian .....	25
3.4.1.	Variabel Independen.....	26
3.4.2.	Variabel Dependen .....	26
3.5.	Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.5.1.	Populasi dan Sampel.....	27
3.6.	Operasionalisasi Variabel.....	28
3.7.	Teknik Pengukuran Variabel.....	31
3.8.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	32
3.8.1	Uji Validitas.....	32
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	32
3.9.	Teknik Analisis Data .....	33
3.9.1	Uji Asumsi Klasik .....	33
3.9.2	Regresi Sederhana .....	34
3.9.3	Pengujian Hipotesis .....	34
3.9.4	Uji Koefisien Korelasi .....	35
3.9.5	Uji Koefisien Determinasi .....	36
3.10.	Uji Hipotesis.....	36
3.11.	Objek Penelitian .....	38
<b>BAB IV OBJEK PENELITIAN.....</b>		<b>39</b>
4.1	Sejarah CV. Bintang Jaya Mandiri.....	39
4.2.	Profil Perusahaan.....	40
4.3.	Struktur Organisasi dan Job Description.....	41
4.3.1.	Struktur Organisasi .....	41
4.3.2.	Job Description .....	42
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>45</b>
5.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	45
5.1.1.	Uji Validitas.....	46
5.1.2.	Reliabilitas .....	47
5.2.	Identitas Responden.....	48
5.3.	Tanggapan Responden.....	49

5.3.1	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk.....	50
5.3.2.	Tanggapan Responden Mengenai Harga.....	73
5.4.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Harga.....	80
5.4.1.	Uji Asumsi Klasik .....	80
5.4.2.	Estimasi Regresi Linier Sederhana.....	84
5.4.3.	Koefisien Korelasi .....	85
5.4.4.	Koefisien Determinasi .....	86
5.4.5.	Pengujian Hipotesis (Uji t) .....	86
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....		89
6.1.	Kesimpulan .....	89
6.1.1.	Perhitungan Statistik.....	89
6.1.2.	Analisis Deskriptif.....	90
6.1.2.1.	Kontinum Variabel .....	90
6.1.2.2.	Tanggapan responden.....	90
6.2	Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA .....		95
KUESIONER .....		97

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Alasan Utama Yang Membuat Konsumen Membeli Kain di CV. Bintang Jaya Mandiri Bandung Berdasarkan Faktor Kualitas dan Harga .....	4
Tabel 2.1	Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3.1	Operasional Variabel Kualitas Produk .....	30
Tabel 3.2	Operasional Variabel Harga .....	31
Tabel 3.3	<i>Skala Likert</i> .....	32
Tabel 3.4	Tingkat Keeratan Hubungan .....	36
Tabel 5.1	Hasil Uji Validitas .....	46
Tabel 5.2	Rekap Hasil Uji Reliabilitas Alat Ukur .....	47
Tabel 5.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 5.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	49
Tabel 5.5	Kategorisasi Rata-Rata Skor Tanggapan Responden .....	50
Tabel 5.6	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Produk sudah dikenal konsumen .....	51
Tabel 5.7	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Produk yang ada berbeda dengan produk perusahaan lain .....	52
Tabel 5.8	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Konsumen puas dengan produk yang ditawarkan .....	53
Tabel 5.9	Rekapitulasi Tanggapan Responden Pada Dimensi Kinerja ( <i>Performance</i> ) .....	54
Tabel 5.10	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Produk yang di tawarkan perusahaan banyak motifnya .....	55
Tabel 5.11	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Produk memiliki motif berbeda dengan perusahaan lain .....	56
Tabel 5.12	Rekapitulasi Tanggapan Responden Pada Dimensi Keistimewaan Produk ( <i>Features</i> ) .....	57
Tabel 5.13	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Jahitan produk kain rapih ...	59

Tabel 5.14	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Kain yang disediakan memenuhi standar jual .....	60
Tabel 5.15	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Detail kain yang disediakan menarik hati konsumen .....	61
Tabel 5.16	Rekapitulasi Tanggapan Responden Pada Dimensi Kesesuaian dengan Spesifikasi ( <i>Conformance to Specifications</i> ) .....	62
Tabel 5.17	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Kain yang disediakan tahan lama .....	63
Tabel 5.18	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Kain yang dijual tidak murahan .....	64
Tabel 5.19	Rekapitulasi Tanggapan Responden Pada Dimensi Ketahanan ( <i>Durability</i> ) .....	65
Tabel 5.20	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Produk kain yang dijual nyaman untuk digunakan .....	67
Tabel 5.21	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Produk yang dijual memiliki bahan kain yang baik .....	68
Tabel 5.22	Rekapitulasi Tanggapan Responden Pada Dimensi Kualitas Yang Dirasakan ( <i>Perceived Quality</i> ) .....	69
Tabel 5.23	Nilai Total Kualitas Produk .....	70
Tabel 5.24	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk Diurutkan Berdasarkan Skor Tertinggi .....	72
Tabel 5.25	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Harga yang ditetapkan terjangkau oleh konsumen .....	74
Tabel 5.26	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk .....	75
Tabel 5.27	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Harga yang ditetapkan memiliki daya saing dengan pengusaha lainnya .....	76
Tabel 5.28	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Harga produk yang ditetapkan disesuaikan dengan kebutuhan dan manfaat bagi konsumen .....	77
Tabel 5.29	Rekapitulasi Tanggapan Responden Pada Variabel Harga .....	78

Tabel 5.30 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga Diurutkan Berdasarkan Skor Tertinggi .....	80
Tabel 5.31 Hasil Uji Normalitas.....	81
Tabel 5.32 Estimasi Regresi Linier Sederhana Antara Kualitas Produk Terhadap Harga .....	84
Tabel 5.33 Korelasi Antara Kualitas Produk dengan Harga .....	85
Tabel 5.34 Koefisien Determinasi .....	86
Tabel 5.35 Pengujian Hipotesis (Uji t).....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Skema Paradigma Penelitian .....	22
Gambar 3.1	Model Penelitian.....	25
Gambar 4.1	Produk Polyester (Batik) .....	40
Gambar 4.2	Produk Katun (Batik) .....	40
Gambar 4.3	Produk Rayon (Batik).....	41
Gambar 4.4	Packing Produk Siap Jual .....	41
Gambar 4.5	Struktur organisasi CV. Bintang Jaya Mandiri.....	42
Gambar 5.1	Garis Kontinum Dimensi Kinerja ( <i>Performance</i> ) .....	55
Gambar 5.2	Garis Kontinum Dimensi Keistimewaan Produk ( <i>Features</i> ) .....	58
Gambar 5.3	Garis Kontinum Dimensi Kesesuaian dengan Spesifikasi ( <i>Conformance to Specifications</i> ) .....	63
Gambar 5.4	Garis Kontinum Dimensi Ketahanan ( <i>Durability</i> ) .....	66
Gambar 5.5	Garis Kontinum Dimensi Kualitas Yang Dirasakan ( <i>Perceived Quality</i> ).....	70
Gambar 5.6	Garis Kontinum Variabel Kualitas Produk.....	71
Gambar 5.7	Garis Kontinum Variabel Harga.....	79
Gambar 5.8	Grafik <i>Normal Probability Plot</i> .....	82
Gambar 5.9	Uji Heteroskedastisitas .....	83
Gambar 5.10	Grafik Penolakan dan Penerimaan Ho Variabel Kualitas Produk Terhadap Harga .....	88

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pembangunan ekonomi di suatu negara berkembang seperti Indonesia merupakan suatu usaha perubahan berencana yang dilakukan secara tersusun dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat. Perkembangan ekonomi pada tahun 1980-an telah berdampak pada tumbuhnya industri-industri besar maupun kecil di Indonesia. Pertumbuhan yang sangat pesat dalam segala bidang yang mengakibatkan tumbuhnya industri terutama di suatu kota-kota besar telah menyebabkan adanya perubahan yang signifikan dalam pola kehidupan masyarakat di wilayah tersebut. Pada kenyataannya Kota Bandung memiliki peran penting dalam perekonomian Jawa Barat.

Kota Bandung secara administratif berbatasan dengan daerah kabupaten/kota lainnya yaitu sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Bandung, dan Kabupaten Bandung Barat (KBB), sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Bandung Barat dan Kota Cimahi, sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Bandung, Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Bandung. Hal ini menjadikan Kota Bandung sebagai salah satu kota besar di Indonesia yang didominasi oleh daerah pegunungan.

Munculnya pembangunan di sektor industri yang ada di Kota Bandung, kemudian mendorong masyarakat untuk melakukan upaya untuk merespon tantangan sebagai akibat dari munculnya lingkungan baru. Upaya inilah yang

disebut sebagai proses adaptasi, langkah awal yang dilakukan oleh masyarakat. Dimulai sejak tahun 1989 kawasan tamim mejadikan kain majun sebagai suatu peluang usaha bisnis. Pertokoan yang dibangun pada tahun itu tentu juga menarik perhatian pedagang lain di luar pedagang asli kawasan tamim. Jika semula pada awal tahun 90-an pedagang penjual kain hanya cuma ada sekitar 10 toko, berbeda dengan saat ini melonjak menjadi lebih dari 250 toko pedagang kain. Perkembangan toko kain kawasan tamim semakin cepat setelah Pemerintah Kota Bandung menetapkan sebagai kawasan industri dan perdagangan bersama sentra-sentra industri lainnya, seperti Sentra Sepatu Cibaduyut, Sentra Rajut Binong Jati, Sentra Jeans Cihampelas, dan Sentra Kaos dan Sablon Surapati-Cicaheum.

Kawasan Tamim merupakan salah satu daerah yang memiliki peningkatan perekonomian yang dilatar belakangi karena muncul dan berkembangnya sektor industri pada bidang sentra industri tekstil. Hal ini dilihat pada keberadaan sentra kain majun. Kain majun merupakan potongan-potongan kain yang menurut sebagian orang di anggap sebagai sampah, yang tetapi oleh masyarakat kawasan tamim kain majun ini dapat di jadikan sebagai suatu produk atau dapat di jual kembali.

Salah perusahaan kain yang berada di Kawasan Tamim adalah CV. Bintang Jaya Mandiri yang berada tepat di belakang Pasar Baru Kota Bandung. Saat ini industri dari CV. Bintang Jaya Mandiri merupakan industri tekstil yang terpadu (integrated industry) yang memproduksi dan menjual kain jadi dan kain setengah jadi atau grey dengan jenis kain yang dihasilkan yaitu polyester yang memiliki berbagai corak. Suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan yang



memiliki kapasitas besar, tentunya memerlukan karyawan dalam jumlah yang banyak.

Kualitas produk adalah salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seorang pemasar dalam memasarkan suatu produk (Kotler dan Amstrong, 2003). Oleh karena itu memperbaiki kualitas produk ataupun jasa merupakan tantangan yang penting bagi perusahaan dalam bersaing di pasar global. Perbaikan kualitas produk akan mengurangi biaya dan meningkatkan keunggulan bersaing, bahkan lebih jauh lagi, kualitas produk yang tinggi menciptakan keunggulan bersaing yang bertahan lama. Oleh karena itu kualitas merupakan faktor penting yang mendorong pertumbuhan ekonomis perusahaan-perusahaan di manapun di dunia ini dalam konteks pasar global. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka waktu yang panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan akan menimbulkan suatu kesadaran akan merek produk tersebut.

Selain Kualitas produk, adapun faktor yang menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk membeli produk tersebut. harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada sebuah produk atau jasa atau jumlah nilai yang konsumen pertukarkan dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk jasa yang dipertukarkan itu. Bagi konsumen harga merupakan faktor yang menentukan dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk atau tidak. Konsumen

memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

**Tabel 1. 1**  
**Alasan Utama Yang Membuat Konsumen Membeli Kain di CV. Bintang Jaya Mandiri Bandung Berdasarkan Faktor Kualitas dan Harga**

<b>Rangking</b>	<b>Alasan Utama</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
1.	Harga yang ditawarkan oleh CV. Bintang Jaya Mandiri terjangkau	27	54%
2.	Produk yang dijual oleh CV. Bintang Jaya Mandiri memiliki kualitas yang baik	14	28%
3.	Produk yang dijual oleh CV. Bintang Jaya Mandiri awet dan tahan lama	6	12%
4.	Harga yang ditetapkan oleh CV. Bintang Jaya Mandiri sesuai dengan kualitasnya	3	6%
<b>Jumlah</b>		<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber: Kuisisioner (2018)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa harga yang ditetapkan menjadi salah satu alasan konsumen membeli produk CV. Bintang Jaya Mandiri karena cukup terjangkau apabila dibandingkan dengan perusahaan lain yang ada

di sekitar kawasan ini. Selain harga yang sesuai dengan harapan konsumen, kualitas produk yang ditawarkan oleh CV. Bintang Jaya Mandiri pun menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk membeli produk perusahaan.

Sesuai dengan uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Harga di CV. Bintang Jaya Mandiri Bandung.**”

## **1.2. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengukur dan mengetahui pengaruh Kualitas produk Terhadap Harga pada CV. Bintang Jaya Mandiri

## **1.3. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

- ◆ Bagi penulis  
Membantu menambah pengetahuan dan wawasan di bidang pemasaran pada umumnya dan tingkat kepuasan konsumen pada khususnya.
- ◆ Bagi perusahaan  
Diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan yang berguna bagi pihak perusahaan terutama masalah harga, sehingga pihak perusahaan dapat meningkatkan tingkat kualitas produk menjadi lebih baik dari sebelumnya.

♦ Bagi pihak lain

Diharapkan dapat memberikan masukan dan perbandingan dalam melakukan penelitian-penelitian, terutama sehubungan dengan bidang kualitas produk dan harga dalam melakukan penelitian.