



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 Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan
Pembelian di Tahu Jembar Manah Sumedang**

Skripsi

Diajukan untuk Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Insana Salsabila

2014320007

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 Harga dan Kualitas Produk Terhadap
Keputusan Pembelian di Tahu Jembar Manah Sumedang**

Skripsi

Oleh

Insana Salsabila

201432007

Pembimbing

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si

Bandung

2019

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Insana Salsabila

NPM : 2014320007

Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan
Pembelian di Tahu Jembar Manah Sumedang

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 lain yang dikutip dan/atau ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

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

Bandung , 13 Mei 2019

Insana Salsabila

ABSTRAK

Nama : Insana Salsabila
NPM : 2014320007
Judul Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Tahu Jembar Manah Sumedang

Tahu Jembar Manah merupakan usaha yang bergerak di bidang kuliner khususnya menjual makanan ciri khas Sumedang yaitu tahu Sumedang, dan beroperasi di jalan Samoja No.20 RT 05 RW 08 kelurahan pasangrahan baru, Kabupaten Sumedang.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada responden, hasil yang didapatkan bahwa 17 dari 20 orang yang merasa bahwa Tahu Jembar Manah ini memiliki harga yang murah, dan 18 dari 20 orang yang merasa Tahu Jembar Manah memiliki kualitas yang baik. Akan tetapi terkait dengan volume penjualan, penurunan volume penjualan yang ada mencerminkan turunnya juga jumlah pembeli.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Tahu Jembar Manah Sumedang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal dan metode yang digunakan metode survei. Sampling yang digunakan yaitu insidental . Data dikumpulkan melalui kuisioner yang diberikan kepada 119 responden. Uji yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda, Uji T, dan Uji F.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan secara simultan variabel harga dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Tahu Jembar Manah Sumedang. Secara parsial variabel harga memberikan pengaruh lebih besar, daripada kualitas produk.

Kata kunci :Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Name : Insana Salsabila
NPM : 2014320007
Title : *The Pricing Influence and Product Quality towards Buying Decision at Jembar Manah Sumedang Tofu*

Jembar Manah Tofu is a business that is moving in the field of culinary which focusing in selling unique traditional food trademark of Sumedang named Sumedang Tofu, where operating its business at 20th Samoha Street RT 05, RW 08, Pasangrahan Baru District, Sumedang Region.

Based on the interview that conducted by the writer towards the respondent, the result was that 17 out of 20 panels say that Jembar Manah Tofu has inexpensive price, and 18 out of 20 say Jembar Manah Tofu has a good quality. Nevertheless, related to the sales volume, the current down turn in reflecting the decreasing buyer.

The aim of this research is to understand the pricing influence and product quality towards buying decision at Jembar Manah Sumedang Tofu.

The type of this research is casual and the methodology is a survey method. Sampling that is used is incidental. The data is collected by questionnaire which has been given to 119 respondents. The test which was doing in this research is multiple linnear regression analysis. T test and F test.

The result of this research shows in simultaneous way that pricing variable and product quality has an utmost effect towards buying decision at Jembar Manah Sumedang Tofu. Partially, the pricing variable gives a greater influence than product quality.

Keywords: Price, Product Quality, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas bimbingan rahmat dan kasih Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Tahu Jembar Manah Sumedang”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana dalam Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Universitas Katolik Parahyangan, Bandung. Dalam kesempatan ini, peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung peneliti:

1. Allah SWT atas rahmat dan karunia yang tiada henti dan memberi kekuatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Mamih Ita dan Papih Syafrudin tercinta selalu mendukung peneliti secara moril, memberikan dorongan lahir maupun bathin dalam pengerjaan skripsi ini, serta yang selalu menghaturkan doa kepada Allah SWT agar peneliti selalu diberikan berkah dan kekuatan-Nya. Serta Ibu Ida Sundari, Ibu Jamilah Kleib, Oma Iyet, Ibu Herni, Ibu Sri, Bapak Deni yang selalu mendokan dan memberikan dukungan peneliti agar dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Ibu Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan waktu dan tenaga untuk membimbing serta mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
4. Segenap dosen pengajar di Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

5. Pihak Tahu Jembar Manah yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan seluruh data untuk mendukung skripsi ini.
6. Muhammad Arief Muttaqien yang selalu setia dan bersedia membantu, memberikan arahan yang baik, membimbing, memberikan dukungan, menasehati, memberikan hiburan, dan selalu menemani pengerjaan skripsi hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Sepupu-sepupu yang selalu memberikan perhatian dan hiburan Adella, Acha, Unyit, Ocina, Cindya, Anita, Puteri Rizki.
8. Sahabat-sahabat sejak SD yang selalu memberikan motivasi, selalu perhatian, dan mendengarkan curhatan Elza Novira Zahara, Khalandara, Auliya Gefira.
9. Sahabat-sahabat pada masa kuliah yang selalu mendukung, memberi bantuan, dan selalu mendengarkan keluhan kesah Nashia Azalia, Arisa Gustina Putri, Sari Ramadhani, Adeline Choerina, Rosalina Permata Mulya, Maurizka Khansa Kaulika, Bellamaya, Edhita Valentrissa, dan Aldella Prakawardhani.
10. Keluarga FISIP UNPAR terimakasih atas buku, pesta, cinta selama masa perkuliahan.
11. Sahabat yang selalu memberikan banyak motivasi, pelajaran, selalu meluangkan waktunya untuk berbahagia bersama dan selalu memberikan perhatian kepada penulis, St Khamila Khansa Sundusyah.
12. Sahabat-sahabat yang selalu memberikan motivasi, perhatian dan meluangkan waktu untuk bertemu Resviani Pertiwi, Nabella Thalia, Noni Nurani, Sukma Ayu, St Wandhita, Althea Chayadi, Syari Fatimah, Nenden Dinah, Yuke Silvia, Riki Rizkiansyah, dan Yusuf Kurnia.

13. Teman satu bimbingan yang selalu membantu, memotivasi, dan memberikan informasi seputaran skripsi Lyvia Agatha.
14. Dan seluruh pihak yang terkait yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Atas segala kebaikan dan kemurahan hati yang telah diberikan, peneliti berdoa semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan dengan anugerah yang melimpah. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna bagi peneliti dan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Bandung, 13 Mei 2019

Penulis

Insana Salsabila

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
DAFTAR TABEL	xii
1. BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian	12
1.5 Lokasi Penelitian	12
2. BAB II KAJIAN TEORI	13
2.1 Pengertian Harga	13
2.1.1 Manfaat Harga	14
2.1.2 Metode Pengukuran Harga	14
2.2 Pengertian Kualitas Produk	15
2.2.1 Manfaat Kualitas Produk	16

2.2.2 Pengukuran Kualitas Produk.....	16
2.3 Pengertian Keputusan Pembelian.....	20
2.3.1 Manfaat Keputusan Pembelian	21
2.3.2 Tahapan Keputusan Pembelian	22
2.3.3 Indikator Keputusan Pembelian	25
2.4 Penelitian Terdahulu	26
2.5 Hipotesis.....	30
3. BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Rancangan Penelitian	32
3.2 Metode Penelitian.....	32
3.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan	33
3.3 Model Penelitian	33
3.4 Operasionalisasi Variabel	34
3.5 Populasi dan Sampling.....	36
3.5.1 Sampling	37
3.6 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	37
3.7 Skala Pengukuran.....	39
3.8 Transformasi data Ordinal menjadi data Interval (MSI).....	40
3.9 Teknik Analisis Data.....	40
3.9.1 Uji Validitas	40
3.9.2 Uji Reliabilitas	41
3.9.3 Uji Regresi Linear Berganda.....	42
3.10 Uji Asumsi Klasik.....	43

3.10.1 Pengujian Normalitas	43
3.10.2 Pengujian Multikolinearitas	44
3.10.3 Pengujian Autokorelasi	44
3.10.4 Pengujian Heteroskedastisitas	45
3.11 Uji Hipotesis.....	46
3.11.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)	46
3.11.2 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	46
3.12 Koefisien Determinasi (R^2).....	47
4. BAB IV OBJEK PENELITIAN.....	48
4.1 Sejarah dan Profil Tahu Jembar Manah	48
4.2 Visi dan Misi	54
5. BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	56
5.2 Deskripsi Profil Responden.....	59
5.3 Tanggapan Responden Atas Variabel Harga	63
5.3.1 Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Produk	67
5.3.2 Tanggapan Responden Atas Variabel Keputusan Pembelian	70
5.4 Kategorisasi Variabel Penelitian	73
5.4.1 Kategorisasi Variabel Harga	74
5.4.2 Kategorisasi Kualitas Produk.....	80
5.4.3 Kategorisasi Keputusan Pembelian.....	87
5.5 Uji Asumsi Klasik.....	93
5.5.1 Uji Normalitas.....	93

5.5.2	Uji Multikolinearitas	95
5.5.3	Uji Autokorelasi	96
5.5.4	Uji Heteroskedastisitas.....	97
5.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	98
5.7	Analisis Koefisien Determinasi	99
5.8	Pengujian Hipotesis.....	101
5.8.1	Uji Simultan (Uji-F).....	101
5.8.2	Uji Parsial (Uji-t).....	102
6. BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	106	
6.1	Kesimpulan	106
6.2	Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	109	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Volume Penjualan.....	4
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	22
Gambar 3.1 Model Penelitian.....	33
Gambar 4.1 Tampak Depan Tahu Jembar Manah.....	50
Gambar 4.2 Rumah Makan Tahu Jembar Manah.....	51
Gambar 4.3 Area Gudang Tahu Jembar Manah.....	52
Gambar 4.4 Area Proses Produksi Tahu Jembar Manah.....	53
Gambar 5.1 Garis Kontinum Harga.....	80
Gambar 5.2 Garis Kontinum Dimensi Perceived Quality.....	81
Gambar 5.3 Garis Kontinum Dimensi Durability.....	82
Gambar 5.4 Garis Kontinum Dimensi Aesthetics	84
Gambar 5.5 Garis Kontinum Dimensi Conformance.....	85
Gambar 5.6 Garis Kontinum Kualitas Produk.....	86
Gambar 5.7 Garis Kontinum Keputusan Pembelian.....	93
Gambar 5.8 P-Plot Uji Normalitas.....	95
Gambar 5.9 Kurva Uji T-Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	103
Gambar 5.10 Kurva Uji T-Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	104

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Hasil SPSS Uji T	113
Lampiran 2	Hasil SPSS Uji F	113
Lampiran 3	Data Responden	113
Lampiran 4	Data Ordinal	120
Lampiran 5	Data Interval	123
Lampiran 6	Kuisisioner	133

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Volume Penjualan Tahu Jembar Manah	4
Tabel 1. 2	Data Harga Jual Tahun 2018.....	9
Tabel 1. 3	Hasil Wawancara	10
Tabel 3. 1	Operasionalisasi Variabel Harga.....	34
Tabel 3. 2	Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk	34
Tabel 3. 3	Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	35
Tabel 3. 4	Pengukuran Skala Likert.....	39
Tabel 5. 1	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1).....	57
Tabel 5. 2	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)	57
Tabel 5. 3	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	58
Tabel 5. 4	Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 5. 5	Jenis Kelamin Responden	60
Tabel 5. 6	Usia Responden.....	60
Tabel 5. 7	Pekerjaan Responden	61
Tabel 5. 8	Penghasilan Per-bulan Responden	61
Tabel 5. 9	Asal Kota Responden.....	62
Tabel 5. 10	Darimana Mengetahui Tahu Jembar Manah.....	62
Tabel 5. 11	Berapa kali kunjungan ke Tahu Jembar Manah.....	63
Tabel 5. 12	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Harga Di Tahu Jembar Manah Sumedang.....	64
Tabel 5. 13	Rekapitulasi Dua Kategori Tanggapan Responden	65
Tabel 5. 14	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk di Tahu Jembar Manah Sumedang	67
Tabel 5. 15	Rekapitulasi Dua Kategori Tanggapan Responden	68

Tabel 5. 16	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian Di Tahu Jembar Manah Sumedang.....	70
Tabel 5. 17	Rekapitulasi Dua Kategori Tanggapan Responden	71
Tabel 5. 18	Kriteria Persentase Tanggapan Responden.....	73
Tabel 5. 19	Kategorisasi pernyataan konsumen mengenai Tahu Jembar Manah memberikan pilihan harga yang terjangkau	74
Tabel 5. 20	Ketegerisasi pernyataan Harga yang ditawarkan Tahu Jembar Manah sesuai dengan jumlah yang diterima	75
Tabel 5. 21	Kategorisasi pernyataan Harga yang ditawarkan Tahu Jembar Manah sesuai dengan kualitas rasa.....	75
Tabel 5. 22	Kategorisasi pernyataan Harga yang ditawarkan Tahu Jembar Manah sesuai dengan kualitas penyajian	76
Tabel 5. 23	Kategorisasi pernyataan Harga yang ditawarkan Tahu Jembar Manah lebih murah dibandingkan pesaing.....	77
Tabel 5. 24	Kategorisasi pernyataan Saya lebih memilih harga yang ditawarkan Tahu Jembar Manah dibandingkan pesaing	77
Tabel 5.25	Hasil Rekapitulasi Variabel Harga (X1)	78
Tabel 5. 26	Kategorisasi mengenai dimensi Perceived quality	81
Tabel 5. 27	Kategorisasi mengenai dimensi Durability	82
Tabel 5. 28	Kategorisasi mengenai dimensi Aesthetic	83
Tabel 5. 29	Kategorisasi mengenai dimensi Conformance.....	84
Tabel 5. 30	Hasil Rekapitulasi Variabel Kualitas Produk (X2).....	86
Tabel 5. 31	Kategorisasi pernyataan Saya cenderung membeli produk Tahu Jembar Manah tanpa ragu	87
Tabel 5. 32	Kategorisasi pernyataan Saya cenderung membeli kembali Tahu Jembar Manah di waktu yang akan datang.....	88
Tabel 5. 33	Kategorisasi pernyataan Saya tidak butuh waktu yang lama untuk memutuskan membeli Tahu Jembar Manah dibandingkan dengan merek tahu lain ..	88

Tabel 5. 34 Kategorisasi pernyataan pendapat saya tentang tahu ini enak karena ada pengaruh dari keluarga, teman, atau orang lain	89
Tabel 5. 35 Kategorisasi pernyataan Saya cenderung memilih Tahu Jembar Manah ketika saya menginginkan tahu Sumedang	90
Tabel 5. 36 Hasil Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	91
Tabel 5. 37 Hasil Uji Normalitas	94
Tabel 5. 38 Hasil Uji Multikolinearitas.....	96
Tabel 5. 39 Hasil Uji Autokorelasi	96
Tabel 5. 40 Hasil Uji Heteroskedastisitas	98
Tabel 5. 41 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	99
Tabel 5. 42 Koefisien Determinasi Simultan	100
Tabel 5. 43 Koefisien Determinasi Parsial.....	100
Tabel 5. 44 Hasil Uji Simultan (Uji-F)	102
Tabel 5. 45 Hasil Uji Parsial (Uji-t).....	103

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sumedang merupakan kabupaten yang berada di wilayah Provinsi Jawa Barat yang cukup berkembang, terbukti dengan banyaknya potensi pariwisata, terutama wisata alam dan budaya. (Indotravelers, 2014) . Sumedang menyebut dirinya dengan slogan “*Sumedang: Puseur Budaya Sunda*” artinya adalah masyarakat Sumedang memiliki tekad dan komitmen yang kuat untuk melaksanakan pelestarian dan pengembangan budaya Sunda. Sebagian besar wilayah Sumedang adalah pegunungan, kecuali di sebagian kecil wilayah Utara berupa dataran rendah. Wilayah Sumedang seluas 1.522,21 km². Jarak Kabupaten Sumedang ke pusat kota Bandung relatif pendek (45 Km) dan berbatasan langsung dengan wilayah Kabupaten Bandung. Oleh karena itu, sebagian fungsi kota Bandung ditampung di wilayah Kabupaten Sumedang seperti pemukiman, industri, pendidikan hingga pertanian. (PesonaIndonesia, 2017)

Suatu produk atau jasa yang memiliki ciri khas dari suatu daerah merupakan salah satu hal yang biasanya banyak dicari oleh para konsumen, baik wisatawan, maupun warga sekitar daerah tersebut. Produk atau jasa yang memiliki ciri khas dari suatu daerah juga menarik perhatian bagi para pengusaha untuk dapat memanfaatkan peluang bisnis karena itu merupakan salah satu kesempatan besar para pelaku bisnis untuk mendapatkan keuntungan.

Melihat potensi yang dimiliki oleh Sumedang banyak menarik minat pelaku bisnis untuk mengembangkan bisnisnya salah satu usaha yang banyak berkembang pada saat ini yaitu bisnis kuliner. Salah satu kuliner yang terkenal di Sumedang yaitu Tahu. Karena tahu merupakan warisan resep turun-temurun sejak Tahu Sumedang pertama kali diciptakan. Air Sumedang dipercaya memberi ciri khas alami sehingga tahu menjadi lebih nikmat, renyah diluar, bertesktur lembut di bagian dalam dan terasa gurih terutama jika dinikmati selagi masih hangat (Pusatwisata, 2017) . Selain itu juga kota Sumedang sendiri dikenal dengan sebutan kota tahu, maka dalam hal ini yang menarik perhatian bagi penulis adalah makanan khas dari kota Sumedang yaitu Tahu.

Tahu Sumedang pertama kali dibuat oleh Imigran dari Cina yang bernama Ong Kin No pada tahun 1900-an. Kelezatan tahu yang dibuatnya menarik perhatian pangeran sumedang untuk datang ke rumahnya di kawasan pusat kota Sumedang. Sejak saat itu tahu buatan Ong Kin No mulai dikenal orang. Sejak itu Ong Kin No menjadi pembuat dan penjual tahu. Tahu Sumedang lebih berkembang dengan pesat setelah ditangani oleh putra Ong Kin No yaitu Ong Bung Keng. Tahu buatannya dikenal dengan nama tahu Bung Keng. Tahu Bung Keng sekarang dikelola oleh generasi keempat dan berkembang bukan hanya di Sumedang tetapi juga di Jawa Barat. Tahu Sumedang mempunyai keunikan sendiri dibandingkan dengan jenis tahu lainnya seperti rasanya yang gurih dan mempunyai kulit luar yang berbintik-bintik. (Sungkawa, 2016)

Di dalam menjual produk atau jasa dalam kaitannya menghadapi persaingan yang ketat dengan *competitor* dapat memberikan *value* (nilai) yang lebih besar kepada konsumen. Saat ini banyak pelaku bisnis sejenis sehingga menyebabkan meningkatnya persaingan dalam usaha tahu Sumedang. Ketatnya persaingan mengakibatkan penurunan penjualan yang dialami oleh pengusaha tahu di Sumedang. Pada dasarnya dengan semakin banyaknya pesaing maka semakin bermacam-macam pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai. Kualitas tahu Sumedang yang baik secara umum adalah tahu yang memiliki cita rasa yang gurih, renyah, tidak terlalu asin dan cukup tahan lama namun dengan berbagai selera dan citarasa setiap konsumen yang berbeda-beda.

Terdapat banyak produsen tahu di Sumedang salah satunya objek penelitian penulis yaitu Tahu Jembar Manah. Tahu Jembar Manah merupakan usaha yang bergerak pada bidang kuliner, khususnya menjual makanan ciri khas Sumedang yaitu tahu sumedang. Tahu Jembar Manah memulai usahanya sejak bulan Januari tahun 2000, berlokasi di Jl. Samoja No.20 RT 05 RW 08 kelurahan pasangrahan baru, Sumedang selatan, Kabupaten Sumedang.

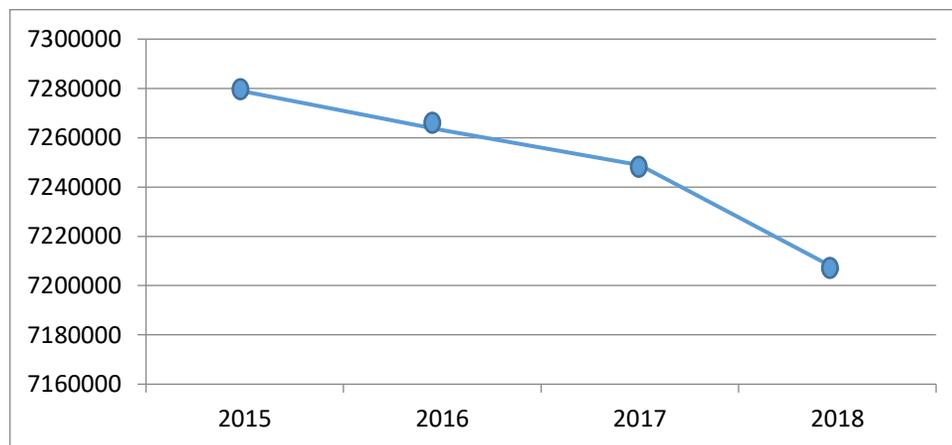
Menurut hasil wawancara dengan pemilik Tahu Jembar Manah yaitu Bapak Endit Suhandi, perusahaan tersebut menjaga kualitas produknya dengan baik serta melakukan cara pengolahan tahu dengan benar. Hal ini dilakukan untuk menjaga kepuasan konsumen sehingga konsumen akan terus-terusan untuk membeli produk Tahu Jembar Manah.

Berikut ini merupakan data volume penjualan Tahu jembar manah Sumedang dari tahun 2015-2018:

Tabel 1. 1
Volume Penjualan Tahu Jembar Manah

BULAN	TAHUN			
	2015	2016	2017	2018
Januari	663.000	700.700	627.900	629.850
Februari	537.550	537.550	565.500	528.450
Maret	590.850	592.800	587.600	578.500
April	542.100	576.550	598.650	563.550
Mei	555.100	565.500	486.850	488.150
Juni	473.200	558.350	743.600	793.650
Juli	913.900	666.900	698.750	667.550
Agustus	628.550	602.550	540.800	566.800
September	574.600	581.750	559.650	579.800
Oktober	568.750	611.000	569.400	544.700
November	585.650	602.550	566.150	556.400
Desember	645.450	666.900	703.950	709.150
TOTAL	7.278.700	7.263.100	7.248.800	7.206.550

Sumber :Tahu Jembar Manah Sumedang



Gambar 1. 1
Grafik Volume Penjualan

Sumber :Tahu Jembar Manah Sumedang

Berdasarkan tabel 1.1 diatas pada tahun 2015 sampai 2016 bulan Januari mengalami kenaikan volume penjualan yang disebabkan oleh hari libur Tahun Baru yang lebih dominan konsumen dari luar kota yang datang, pada tahun 2016-2017 mengalami penurunan volume penjualan yang disebabkan oleh tidak terlalu banyaknya konsumen luar kota yang datang meskipun libur panjang , dan pada tahun 2017-2018 mengalami kenaikan volume penjualan yang disebabkan oleh hari libur panjang Tahun Baru yang lebih dominan konsumen dari luar kota.

Pada tahun 2015-2016 bulan Februari mengalami kestabilan volume penjualan disebabkan tahun baru Imlek konsumen datang dari luar kota dan dalam kota seimbang , pada tahun 2016-2017 mengalami kenaikan volume penjualan yang disebabkan banyaknya konsumen luar kota yang datang pada saat *weekend* , pada tahun 2017-2018 mengalami penurunan volume penjualan yang disebabkan sedikitnya konsumen dari luar kota meskipun tahun baru Imlek.

Pada tahun 2015-2016 bulan Maret mengalami kenaikan volume penjualan yang disebabkan banyaknya konsumen dalam kota yang datang pada saat *weekday* maupun *weekend*, pada tahun 2016-2017 mengalami penurunan volume penjualan yang disebabkan oleh sedikitnya konsumen dalam dan luar kota yang datang, pada tahun 2017-2018 mengalami penurunan volume penjualan disebabkan oleh sedikitnya konsumen dalam dan luar kota yang datang.

Pada tahun 2015-2016 bulan April mengalami kenaikan volume penjualan disebabkan banyaknya konsumen yang datang dari dalam dan luar kota pada saat *weekend* , pada tahun 2016-2017 mengalami kenaikan volume penjualan yang

disebabkan banyaknya konsumen dari dalam dan luar kota pada saat *weekend* , pada tahun 2017-2018 mengalami penurunan volume penjualan disebabkan sedikitnya konsumen yang datang dari luar kota.

Pada tahun 2015-2016 bulan Mei mengalami kenaikan volume penjualan yang disebabkan banyaknya hari libur dan konsumen dari luar kota lebih dominan. pada tahun 2016-2017 mengalami penurunan volume penjualan yang disebabkan sedikitnya konsumen dari luar kota meskipun banyak hari libur, pada tahun 2017-2018 mengalami kenaikan volume penjualan yang disebabkan banyaknya hari libur dan konsumen dari luar kota yang lebih dominan.

Pada tahun 2015-2016 bulan Juni mengalami kenaikan volume penjualan yang disebabkan banyaknya hari libur menjelang hari raya Idul Fitri , pada tahun 2016-2017 mengalami kenaikan volume penjualan yang disebabkan libur panjang hari raya Idul Fitri sehingga konsumen luar kota yang lebih dominan datang, pada tahun 2017-2018 mengalami kenaikan volume penjualan yang disebabkan libur panjang hari raya Idul Fitri sehingga konsumen luar kota yang lebih dominan datang.

Pada tahun 2015-2016 bulan Juli mengalami penurunan volume penjualan yang disebabkan sedikitnya konsumen yang datang dari luar kota , pada tahun 2016-2017 mengalami kenaikan volume penjualan yang disebabkan banyaknya konsumen luar kota yang datang pada saat *weekend*, pada tahun 2017-2018 mengalami penurunan volume penjualan yang disebabkan sedikitnya konsumen luar kota yang datang.

Pada tahun 2015-2016 bulan Agustus mengalami penurunan volume penjualan yang disebabkan sedikitnya konsumen luar kota yang datang meskipun terdapat hari libur, pada tahun 2016-2017 mengalami penurunan volume penjualan yang disebabkan sedikitnya konsumen dari luar kota yang datang meskipun terdapat hari libur, pada tahun 2017-2018 mengalami kenaikan volume penjualan yang disebabkan banyaknya hari libur Kemerdekaan RI dan hari raya Idul Adha sehingga yang lebih dominan konsumen dari luar kota.

Pada tahun 2015-2016 bulan September mengalami kenaikan volume penjualan yang disebabkan hari raya Idul Adha sehingga banyak dominasi konsumen dari luar kota, pada tahun 2016-2017 mengalami penurunan volume penjualan yang disebabkan sedikitnya konsumen dari luar kota yang datang meskipun hari raya Idul Adha, pada tahun 2017-2018 mengalami kenaikan volume penjualan yang disebabkan oleh banyaknya konsumen luar kota yang datang pada saat *weekend*.

Pada tahun 2015-2016 bulan Oktober mengalami kenaikan volume penjualan yang disebabkan banyaknya konsumen dalam dan luar kota yang datang pada saat *weekend*, pada tahun 2016-2017 mengalami penurunan volume penjualan yang disebabkan sedikitnya konsumen dari luar kota yang datang pada saat *weekend*, pada tahun 2017-2018 mengalami penurunan volume penjualan yang disebabkan sedikitnya konsumen dari luar kota yang datang pada saat *weekend*.

Pada tahun 2015-2016 bulan November mengalami kenaikan volume penjualan yang disebabkan banyaknya konsumen dalam kota pada saat *weekday* dan luar kota yang datang pada saat *weekend*, pada tahun 2016-2017 mengalami

penurunan volume penjualan yang disebabkan sedikitnya konsumen yang datang dari luar kota pada saat *weekend*, pada tahun 2017-2018 mengalami penurunan volume penjualan yang disebabkan oleh sedikitnya konsumen yang datang dari luar kota pada saat *weekend*.

Pada tahun 2015-2016 bulan Desember mengalami kenaikan volume penjualan yang disebabkan libur panjang sehingga banyak konsumen dari luar kota yang datang , pada tahun 2016-2017 mengalami kenaikan volume penjualan yang disebabkan libur panjang sehingga banyak konsumen dari luar kota yang datang , pada tahun 2017-2018 mengalami kenaikan volume penjualan yang disebabkan libur panjang sehingga banyak konsumen dari luar kota yang datang.

Secara umum dapat dilihat pada grafik 1.1 terjadinya penurunan volume penjualan Tahu Jembar Manah di setiap tahunnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pemilik perusahaan Tahu Jembar Manah, bapak Endit Suhandi, bahwa Tahu Jembar Manah telah menerapkan usaha untuk memperkuat penjualan tahu dan meningkatkan daya tarik supaya konsumen loyal kepada Tahu Jembar Manah. Akan tetapi hal tersebut tidak berjalan dengan lancar dikarenakan perusahaan tetap mengalami volume penjualan yang menurun dari setiap tahunnya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berikut ini merupakan data perbandingan dengan harga pesaing Tahu Jembar Manah yang menjual produk sejenis:

*Tabel 1. 2
Data Harga Jual Tahun 2018*

No	Nama Perusahaan	Harga
1	Tahu Bungkeng	Rp.600/biji
2	Tahu Palasari	Rp.600/biji
3	Tahu Jembar Manah	Rp.500/biji
4	Tahu Citarasa	Rp.600/biji
5	Tahu H.Ateng	Rp.500/biji

Sumber : Tahu Jembar Manah Sumedang

Dari data diatas bisa dilihat bahwa Tahu Jembar Manah menetapkan harga yang lebih murah dari beberapa pesaingnya. menetapkan harga yang lebih murah telah dilakukan oleh Tahu Jembar Manah, namun demikian ternyata fakta volume penjualan yang ada kurang sesuai dengan harapan.

Selain itu dibawah ini adalah hasil wawancara yang dilakukan penulis dari dua puluh konsumen Tahu Jembar Manah untuk mendapatkan data apakah harga dan kualitas produk di restoran Tahu ini berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

Tabel 1. 3
Hasil Wawancara

Pertanyaan	Jawaban	Persen (%)
Apakah anda merasa bahwa Tahu Jembar Manah memiliki harga yang murah?	Ya	85%
	Tidak	15%
Apakah anda merasa tahu di Jembar Manah memiliki rasa yang enak?	Ya	90%
	Tidak	10%
Apakah anda merasa kualitas Tahu Jembar manah baik?	Ya	90%
	Tidak	10%

Berdasarkan hasil wawancara pada tabel di atas, orang-orang yang mengunjungi Tahu Jembar Manah sebanyak 85% yang merasa harga nya murah, sebanyak 90% yang merasa bahwa Tahu Jembar Manah memiliki rasa yang enak, sebanyak 90% yang merasa bahwa Tahu Jembar Manah memiliki kualitas yang baik.

Dari hasil wawancara diatas , dapat disimpulkan bahwa banyak orang merasa bahwa Tahu Jembar Manah memiliki harga yang murah daripada kompetitor Tahu Sumedang lainnya. Tahu Jembar Manah memiliki cita rasa yang enak dan gurih, sehingga kualitas Tahu Jembar Manah menurut banyak konsumen diproses sendiri dengan bahan-bahan yang berkualitas, proses pengolahannya terjamin dan higienis.

Selain itu banyak orang juga merasa bahwa merasakan tekstur tahu yang renyah diluar ,lembut di dalam, tahu nya tidak kopong isian nya padat, dan tidak mudah basi ketika dibawa keluar kota ataupun dikonsumsi keesokan harinya, karena itu banyak orang yang merasa rasa yang cita rasa enak dan gurih mereka dipengaruhi oleh kualitas yang baik.

Terkait dengan volume penjualan di atas, penurunan volume penjualan yang ada mencerminkan turunnya juga jumlah pembeli. Berdasarkan hal ini, rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Tahu Jembar Manah Sumedang?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Tahu Jembar Manah Sumedang?
3. Apakah Harga dan Kualitas Produk berpengaruh bersama – sama secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian?

Berdasarkan hal di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul:

“Pengaruh Harga dan Kualitas produk terhadap Keputusan pembelian di Tahu Jembar Manah Sumedang.”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui ada atau tidak adanya pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Tahu Jembar Manah Sumedang.

2. Untuk mengetahui ada atau tidak adanya pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Tahu Jembar Manah Sumedang.
3. Untuk mengetahui ada atau tidak adanya pengaruh Harga, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.

1.4 Kegunaan Penelitian

- **Bagi perusahaan**

Dengan hasil penelitian ini perusahaan dapat mengetahui apakah harga Tahu Jembar Manah di mata konsumen dan kualitas produknya pada keputusan pembelian sudah sesuai atau tidak.

- **Bagi penulis**

Hasil penelitian ini adalah untuk mendapatkan data dan informasi yang penulis butuhkan untuk menyusun skripsi. Serta menjadi bahan untuk menambah wawasan penulis.

- **Bagi pihak lain**

Penulis berharap agar hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pihak lain.

1.5 Lokasi Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis di Tahu Jembar Manah yang berlokasi di jalan samoja No.20 RT 05 RW 08. Kelurahan pasangrahan baru, Sumedang Selatan, Kabupaten Sumedang.