

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI  
DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PEMPEK KAMPUNG  
KAPITAN DI KECAMATAN SEBERANG  
ULU 1 PALEMBANG**



**SKRIPSI**

**Nama : Sulthan Muhammad Joshua**

**NIM : 212018156**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI  
DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PEMPEK KAMPUNG  
KAPITAN DI KECAMATAN SEBERANG  
ULU 1 PALEMBANG**

**Diajukan Untuk Menyusun Skripsi pada Program Strata Satu Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang**



**Nama : Sulthan Muhammad Joshua**

**NIM : 212018156**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2023**

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Sulthan Muhammad Joshua

NIM : 212018156

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi dalam Keputusan Pembelian Pempek di Kampung Kapitan di Kecamatan Seberang Ulu I Palembang

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata satu baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini

Palembang, Februari 2023



Sulthan Muhammad Joshua

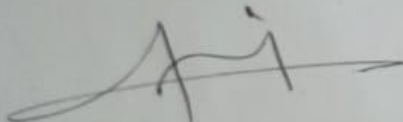
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Dalam Keputusan  
Pembelian Pempek Kampung Kapitan Di Kecamatan Seberang  
Ulu Satu Palembang  
Nama : Sulthan Muhammad Joshua  
NIM : 212018156  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

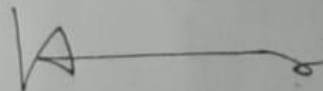
Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal, Maret 2023

Pembimbing I,



Amidi, S.E., M.Si  
NIDN: 0229056502

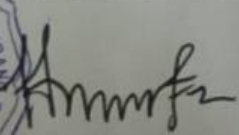
Pembimbing II,



Gumar Herudiansyah, S.E., MM  
NIDN: 0202039203

Mengetahui,  
Dekan  
dan Ketua Program Studi Manajemen



  
Dr. Zalcha Trihandayani, S.E., M.Si  
NIDN: 0229057501

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO:**

1. “Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung” (Q.S. Ali ‘Imran:104)
2. “Wahai orang-orang yang beriman, jika kamu menolong (agama) Allah niscaya Dia akan menolongmu dan meneguhkan kedudukanmu” (Q.S. Muhammad:7)
3. “Hiduplah seakan kamu akan mati besok. Belajarlah seakan kamu akan hidup selamanya” (Mahatma Gandhi)

### **PERSEMBAHAN:**

Kupersembahkan Skripsi ini Kepada:

1. Kedua orang tua saya, Ayah Sudirman dan Ibu Tarlima yang sudah mensupport dari awal hingga akhir
2. Ketiga saudara saya kakak Mugiyono, Ayuk Suratna dan Subaida Neti
3. Kepada keluarga dan sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
PRAKATA

*Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.*

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, hidayat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi dalam Keputusan Pembelian Pempek di Kampung Kapitan di Kecamatan Seberang Ulu I Palembang** dengan baik dan tepat pada waktunya.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada kedua orang tuaku Ayah Sudirman dan Ibu Tarlima tercinta telah merawat, mendidik, mendo'akan dan memberikan dorongan semangat kepada penulis dengan penuh cinta dan kasih sayang.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan, hal ini mengingat keterbatasan yang dimiliki penulis, baik dari segi ilmu ataupun pengalaman. Selesaiannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan serta motivasi dari beberapa pihak, maka dengan kesempatan yang didapat penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Ibu Dr. Zaleha Tri Handayani, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Bpk Mister Candra, S.Pd., M.Si selaku Sekertaris Proram Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Amidi, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi saya yang telah membimbing saya dalam penyelesaian skripsi saya dengan penuh kesabaran menghadapi saya. Bapak Gumar Herudiansyah, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi saya yang telah membimbing saya dalam penyelesaian skripsi saya dengan penuh kesabaran menghadapi saya.
5. Ibu Zuhriyah, S.E., M.Si sebagai dosen pembimbing akademik saya yang memotivasi dan memberikan dukungan kepada saya.
6. Responden di Kecamatan Seberang Ulu I Palembang yang sudah membantu dalam proses penelitian.
7. Bapak dan Ibu dosen pengajar serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
8. Keluarga tercinta, terimakasih atas segala yang telah diberikan kepada saya dan tak lupa juga untuk keluarga besarku yang telah memberikan semangat dan doa untuk kelancaran skripsiku. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan angkatan 2018 yang telah memberikan do'a serta

dukungan dan Semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, akan tetapi semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

***Billahi Fii Sabilil Haq, Fastabikul Khairot  
Wassalamu'alaykum Warohmatullahi Wa Barokatuh.***

Palembang, Februari 2023

Sulthan Muhammad Joshua



## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>HALAMAN SAMPUL LUAR .....</b>                      | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                            | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN PLAGIAT .....</b>               | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>                | <b>iv</b>   |
| <b>HALAMAN MOTTO DAN PRAKATA .....</b>                | <b>v</b>    |
| <b>HALAMAN PRAKATA .....</b>                          | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                             | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                          | <b>xii</b>  |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                  | <b>xiii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                              |             |
| A. Latar Belakang Masalah .....                       | 1           |
| B. Rumusan Masalah .....                              | 8           |
| C. Tujuan Penelitian.....                             | 8           |
| D. Manfaat Penelitian.....                            | 9           |
| <b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN,</b> |             |
| <b>DAN HIPOTESIS</b>                                  |             |
| A. Landasan Teori .....                               | 10          |
| B. Penelitian Sebelumnya .....                        | 25          |
| C. Kerangka Pemikiran .....                           | 26          |
| D. Hipotesis .....                                    | 29          |

### **BAB III METODE PENELITIAN**

|  |    |
|--|----|
| A. Jenis Penelitian .....                  | 30 |
| B. Lokasi Penelitian .....                 | 31 |
| C. Operasionalisasi Variabel .....         | 32 |
| D. Populasi dan Sampling .....             | 32 |
| E. Data Yang Diperlukan .....              | 34 |
| F. Metode Pengumpulan Data .....           | 35 |
| G. Analisis Data Dan Teknis Analisis ..... | 36 |

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| A. Hasil Penelitian.....            | 44 |
| B. Pembahasan Hasil Penelitian..... | 63 |

### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

|                    |    |
|--------------------|----|
| A. Kesimpulan..... | 71 |
| B. Saran .....     | 71 |

|                            |           |
|----------------------------|-----------|
| <b>Daftar Pustaka.....</b> | <b>73</b> |
|----------------------------|-----------|

|                       |           |
|-----------------------|-----------|
| <b>Lampiran .....</b> | <b>74</b> |
|-----------------------|-----------|

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel I.1 Hasil Prariset.....  | 6  |
| Tabel II.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian .....                  | 25 |
| Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel .....                          | 32 |
| Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas .....                                 | 45 |
| Tabel IV.2 Hasil Uji Reliabilitas.....                               | 46 |
| Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....   | 47 |
| Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....      | 47 |
| Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....            | 48 |
| Tabel IV.6 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian..... | 49 |
| Tabel IV.7 Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....     | 51 |
| Tabel IV.8 Hasil Jawaban Responden Variabel Harga.....               | 53 |
| Tabel IV.9 Hasil Jawaban Responden Variabel Promosi .....            | 56 |
| Tabel IV.10 Coefficients Regresi Linear Berganda .....               | 59 |
| Tabel IV.11 Uji F .....  | 60 |
| Tabel IV.12 Uji t .....  | 61 |
| Tabel IV.13 Uji Koefesien Determinasi.....                           | 62 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran: Jadwal Penelitian

Lampiran: Kuisisioner Penelitian

Lampiran: Tabulasi Data

Lampiran: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran: Hasil Analisis Regresi

Lampiran: Tabel Distribusi Frekuensi

Lampiran: Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi

Lampiran: Surat Keterangan Telah Selesai Melakukan Riset

Lampiran: Sertifikat AIK

Lampiran: Sertifikat SPSS

Lampiran: Sertifikat Lainnya

Lampiran: Plagiarisme

Lampiran: Biodata Penulis

## ABSTRAK

### **Sulthan Muhammad Joshua/212018156/2023/Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi dalam Keputusan Pembelian Pempek di Kampung Kapitan di Kecamatan Seberang Ulu I Palembang /Manajemen Pemasaran.**

Penelitian ini bertujuan 1) untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi dalam keputusan pembelian Pempek di Kampung Kapitan di Kecamatan Seberang Ulu I Palembang, 2) untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dalam keputusan pembelian Pempek di Kampung Kapitan di Kecamatan Seberang Ulu I Palembang, 3) untuk mengetahui pengaruh harga dalam keputusan pembelian Pempek di Kampung Kapitan di Kecamatan Seberang Ulu I Palembang, 4) untuk mengetahui pengaruh promosi dalam keputusan pembelian Pempek di Kampung Kapitan di Kecamatan Seberang Ulu I Palembang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Asosiatif. Variabel yang digunakan yaitu kualitas produk, harga dan promosi sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Populasi penelitian di Pempek Kampung Kapitan bersifat infinit dan sampel yang digunakan sebanyak 96 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan penyebaran kuesioner dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan tingkat signifikan 10%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Terdapat pengaruh signifikan kualitas produk, harga dan promosi dalam keputusan pembelian Pempek di Kampung Kapitan di Kecamatan Seberang Ulu I Palembang. 2) terdapat pengaruh signifikan kualitas produk dalam keputusan pembelian Pempek di Kampung Kapitan di Kecamatan Seberang Ulu I Palembang, 3) terdapat pengaruh signifikan harga dalam keputusan pembelian Pempek di Kampung Kapitan di Kecamatan Seberang Ulu I Palembang, 4) terdapat pengaruh signifikan promosi dalam keputusan pembelian Pempek di Kampung Kapitan di Kecamatan Seberang Ulu I Palembang. Sumbangan pengaruh kualitas produk, harga dan promosi dalam keputusan pembelian Pempek di Kampung Kapitan di Kecamatan Seberang Ulu I Palembang adalah sebesar 49,1% dan sisanya sebesar 50,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian

## ABSTRAK

**Sulthan Muhammad Joshua/212018156/2023/The Influence of Product Quality, Price and Promotion on Pempek Purchasing Decisions in Kapitan Village in Seberang Ulu I District Palembang /Marketing Management.**

This study aims 1) to determine the effect of product quality, price and promotion on the purchasing decision of Pempek in Kapitan Village in Seberang Ulu I Palembang District, 2) to determine the effect of product quality on Pempek purchasing decisions in Kapitan Village in Seberang Ulu I Palembang District, 3) to determine the effect of price on the purchasing decision of Pempek in Kapitan Village in Seberang Ulu I Palembang District, 4) to determine the effect of promotion on Pempek purchasing decisions in Kapitan Village in Seberang Ulu I Palembang District. The type of research used is associative research. The variables used are product quality, price and promotion as the independent variables and purchasing decisions as the dependent variable. The research population in Pempek Kampung Kapitan is infinite and the sample used is 96 respondents. The sampling technique used is purposive sampling. The data used is primary data. The data collection technique in this study was by distributing questionnaires and documentation. Data analysis used in this study is multiple linear regression analysis with a significant level of 10%.

The results showed that 1) There was a significant influence on product quality, price and promotion on Pempek purchasing decisions in Kampung Kapitan in Seberang Ulu I District, Palembang. 2) there is a significant effect of product quality on the purchasing decision of Pempek in Kampung Kapitan in Seberang Ulu I Palembang District, 3) there is a significant effect of price on the purchasing decision of Pempek in Kampung Kapitan in Seberang Ulu I Palembang District, 4) there is a significant influence of promotion on purchasing decisions Pempek in Kapitan Village in Seberang Ulu I Palembang District The contribution of the influence of product quality, price and promotion in purchasing decisions included in this study.

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

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Pada era saat ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sangat berpengaruh dalam kemajuan perkembangan dan pertumbuhan perekonomian saat ini. Perkembangan dan pertumbuhan perekonomian saat ini perusahaan berperan penting dalam kebutuhan masyarakat untuk mengkonsumsi barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga mengharuskan perusahaan yang berskala kecil maupun besar harus menciptakan tujuan dari perusahaan tetap berkembang.

Perusahaan adalah suatu organisasi bisnis yang kegiatannya memproduksi dan memasarkan suatu barang ataupun jasa untuk mencari keuntungan. Pada modern saat ini perusahaan tidak ingin kalah dari pesaing lainnya sehingga banyak perusahaan berlomba-lomba dalam mendapatkan konsumen. Perusahaan yang tidak ingin kalah dari persaingan yang lain perusahaan harus mempunyai pemasaran yang baik agar konsumen tertarik untuk memakai dan membeli suatu barang maupun jasa, selain itu perusahaan yang ingin tetap bertahan lama dan ingin tujuan dari perusahaan itu bisa tercapai harus bisa menentukan penerapan strategi pemasaran yang tepat.

Penerapan strategi pemasaran yang akurat dapat menambah peluang dalam meningkatkan penjualan, selain melakukan strategi pemasaran yang akurat dan ingin mendapatkan laba yang besar perusahaan juga harus mampu melakukan strategi pemasaran yang baik. Perusahaan yang ingin melakukan strategi

pemasaran yang baik dapat dilakukan dengan berbagai melalui periklanan, promosi, atau yang lebih dikenal dengan bauran pemasaran. Bauran pemasaran terbagi menjadi 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*). Konsep bauran pemasaran sendiri tidak bisa lepas dari bentuk strategi pemasaran terutama produk yang dijual oleh pelaku usaha.

Menurut Buchari Alma (2016:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people, process. Terdapat empat faktor yang mempengaruhi perilaku keputusan pembelian konsumen yaitu budaya, sosial, pribadi dan psikologis (kotler,2003:202). Adapun yang menjadi faktor-faktor keputusan pembelian yang dipertimbangkan peneliti adalah lokasi, kelengkapan produk dan harga.

Produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha untuk memuaskan suatu kebutuhan konsumen yang dikonsumsi, dipakai, dan dimiliki oleh konsumen. Pelaku usaha bukan hanya menjual suatu produk tapi harus menjaga kualitas produk itu sendiri jika kualitas produk itu memiliki cita rasa yang enak maka konsumen itu akan melakukan keputusan pembelian pada produk itu. Kualitas produk ini sendiri tidak lepas dari suatu dimensi kualitas produk, dimensi kualitas produk terdiri dari 8 yaitu *Performance* (Kinerja), *Features* (fitur atau ciri-ciri tambahan), *Reliability* (kehandalan), *Conformance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), *Durability* (Daya tahan), *Serviceability* (kemampuan dalam melayani), *Esthetics* (Estetika), *Perceived Quality* (Kualitas yang dipersepsikan).



Perilaku konsumen menurut Kotler Dan Keller (2018: 166) adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membuat suatu keputusan pembelian yaitu faktor kebudayaan, faktor personal, faktor social, dan faktor psikologi. Selain 4 faktor tersebut, perilaku konsumen juga dapat dipengaruhi dari stimuli pemasaran berupa bauran pemasaran. Persaingan bisnis di Indonesia semakin ketat, oleh sebab itu setiap pengusaha dituntut untuk dapat meningkatkan peluang pasar dan mencari konsumen baru. Pengusaha dituntut dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi pasar, sehingga tujuan dari pengusaha tersebut dapat tercapai dengan mudah. Pada dasarnya semakin banyak pesaing maka semakin banyak pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai.

Banyaknya usaha bermunculan baik usaha kecil maupun usaha besar berdampak pada tingkat persaingan ketat antar pengusaha, terutama persaingan uang berasal dari usaha yang serupa. Salah satu bisnis yang dianggap cukup ramai didalam persaingan yang semakin ketat dan banyak ini adalah bisnis di bidang kuliner atau bidang makanan. Padatnya aktivitas di era sekarang, menyebabkan orang cenderung memilih makanan siap saji.

Bisnis ini cukup menjanjikan karena pada dasarnya kebutuhan manusia adalah makan.

Menurut Nasir (2017:21) strategi yang dibuat oleh perusahaan diarahkan untuk menghasilkan kinerja, terutama kinerja pemasaran. Dalam perusahaan kinerja pemasaran penting untuk dicapai karena kinerja pemasaran merupakan prestasi yang di peroleh perusahaan dalam mencapai target penjualan dipasar dengan strategi tertentu, tidak hanya penjualan tetapi porsi pasar juga harus diperhatikan. Selain strategi, harga dapat membantu para konsumen untuk memutuskan pembelian pada produk. Jika harga produk tidak terjangkau oleh konsumen, maka produk tidak akan terserap oleh pasar. Oleh sebab itu produk pempek ini memiliki pasar sasaran khusus yang tidak terlalu sensitif terhadap harga, bahkan bersedia menerima harga premi sebagai konsekuensi dari kualitas yang diterima para pembelinya. Ini merupakan salah satu ciri khas dari pasar sasaran segmen menengah keatas. (Dermawan, 2017:2).

Kualitas produk harus diperhatikan dalam pemasaran Dermawan (2017:2) menyatakan bahwa strategi merupakan bagian dari gaya hidup dan nilai bersaing, kemasan juga merupakan salah satu proses yang paling penting untuk menjaga kualitas produk pangan selama penyimpanan, transportasi, dan penggunaan akhir. Kemasan yang baik tidak hanya sekedar untuk menjaga kualitas makanan tetapi juga secara signifikan memberikan keuntungan dari segi pendapatan. Selama distribusi, kualitas produk pangan dapat memburuk secara biologis dan kimiawi maupun fisik. Oleh sebab itu, kemasan memberikan kontribusi untuk memperpanjang masa simpan dan mempertahankan kualitas dan keamanan

produk makanan. Dalam arti kemasan telah menjadi alat pemasaran sebab peran kemasan dapat menciptakan nilai tersendiri bagi konsumen.

Harga merupakan salah satu faktor yang membuat orang loyal terhadap suatu bisnis. Pengertian harga menurut pendapat Tjiptono (2016) yaitu satuan moneter (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar mendapatkan kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga juga menjadi faktor yang penting dalam membangun hubungan dengan konsumen baik jangka Panjang, penerapan harga yang sembarangan dapat membuat pelanggan menjauh. Persaingan usaha kuliner di kota Palembang semakin banyak dan ketat, salah satunya adalah makanan khas dari kota Palembang yaitu bisnis pempek. Di kota Palembang sendiri banyak pengusaha yang mengembangkan bisnis ini dan bersaing demi merebut kepercayaan dari konsumen bahwa produk yang mereka tawarkan adalah produk yang terbaik. Setelah mempertimbangkan kualitas produk (makanan), konsumen juga akan mempertimbangkan harga yang akan mereka beli. Konsumen mengharapkan adanya kesesuaian antara kualitas produk dan harga yang mereka terima.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti ini dalam meneliti pempek di Kampung Kapitan ini adalah salah satu yang menjual secara langsung. Kampung Kapitan merupakan sebuah Kawasan cagar budaya yang terletak di kota Palembang, Sumatera Selatan. Kawasan ini terletak di tepi sungai musi tepat di sisi barat jembatan ampera yang dikenal juga dengan daerah tujuh ulu. Pempek di

kampung kapitan ini memiliki dari segi kualitas serta harga di banding pesaing lain.

**Tabel I.1**  
**Hasil Penjualan Pempek di Kampung Kapitan Tahun 2018-2022**

| <b>NO</b> | <b>Tahun</b> | <b>Penjualan (Rp)</b> |
|-----------|--------------|-----------------------|
| <b>1</b>  | 2018         | <b>878.000.000</b>    |
| <b>2</b>  | 2019         | <b>812.000.000</b>    |
| <b>3</b>  | 2020         | <b>751.000.000</b>    |
| <b>4</b>  | 2021         | <b>593.000.000</b>    |
| <b>5</b>  | <b>2022</b>  | <b>541.000.000</b>    |

*Sumber : Usaha Pempek Kapitan 2022*

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa hasil penjualan menurun dari tahun 2018-2022, pada tahun 2018 dengan pendapatan Rp.878.000.000 dan menurun pada tahun 2019 Rp.812.000.000, kemudian pada tahun 2020 mengalami penurunan yaitu dengan pendapatan Rp.751.000.000, pada tahun 2021 juga mengalami penurunan dengan pendapatan Rp.593.000.000, dan yang terakhir 2022 mengalami dengan pendapatan 541.000.000. Maka dari itu dapat disimpulkan dari tahun 2018-2022 mengalami penurunan setiaptahunnya.

Berikut survey awal yang dilakukan terhadap 30 orang pembeli kuliner pempek di kampung kapitan di Kecamatan Seberang Ulu 1 Palembang, alasannya kurang minat beli dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1.2**  
**Tabel Hasil Prariset**

| No           | Permasalahan                                   | Sampel          |
|--------------|--|-----------------|
| 1            | Harga yang tidak sesuai dengan standar Pasaran | <b>13 orang</b> |
| 2            | Tidak adanya kemasan di produk tersebut        | <b>7 orang</b>  |
| 3            | Citra rasa produk yang tidak konsisten         | <b>10 orang</b> |
| <b>Total</b> |  | <b>30 orang</b> |

*Sumber: Penulis, 2022*

Harga yang tidak sesuai dengan standar pasaran, berdasarkan pendapat responden alasan konsumen kurang minat untuk membeli pempek di kampung Kapitan di Kecamatan Seberang Ulu 1 Palembang, yaitu harganya yang tidak sesuai dengan standar pasaran, terdapat 13 orang yang berpendapat kalau harga pempek di usaha tersebut lebih mahal dari usaha yang lain.

Tidak adanya kemasan di produk tersebut, berdasarkan pendapat responden, terdapat 7 orang yang menyatakan, tidak adanya kemasan khusus terhadap produk pempek di kampung Kapitan di Kecamatan Seberang Ulu 1 Palembang. Cita rasa yang tidak konsisten, berdasarkan pendapat responden, terdapat 10 orang yang menyatakan bahwa cita rasa pempek tersebut tidak konsisten atau bisa di bilang cita rasa sering berubah-ubah. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian Pempek di kampung kapitan karena usaha ini memiliki kualitas produk dan harga yang kurang baik dan ingin membantu mengembangkan usaha agar lebih baik lagi dalam menjalankan usaha pempek tersebut. Judul dalam penelitian ini yaitu : “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi dalam Keputusan Pembelian Pempek di Kampung Kapitan di

Kecamatan Seberang Ulu 1 Palembang”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka penulis dapat merumuskan pokok masalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pempek di Kampung Kapitan di Kecamatan Seberang Ulu 1 Palembang?
2. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pempek di Kampung Kapitan di Kecamatan Seberang Ulu 1 Palembang?
3. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pempek di Kampung Kapitan di Kecamatan Seberang Ulu 1 Palembang?
4. Adakah pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pempek di kampung Kapitan di Kecamatan Seberang Ulu 1 Palembang?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pempek di Kampung Kapitan di Kecamatan Seberang Ulu 1 Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Kampung Kapitan di Kecamatan Seberang Ulu 1 Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pempek di Kampung Kapitan di Kecamatan Seberang Ulu 1 Palembang.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pempek di

Kampung Kapitan di Kecamatan Seberang Ulu 1 Palembang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan dan wawasan serta penerapan ilmu perkuliahan yang telah diterima dan di praktekkan kedalam penelitian sebenarnya.

##### 2. Bagi Perusahaan

Bagi produsen diharapkan penelitian ini dapat memberi informasi dan masukan sehingga lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk membeli pempek di kampung kapitan.

##### 3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini sebagai bahan untuk menambah pengetahuan bagi pihak pihak yang berkepentingan dan sebagai acuan penelitian yang akan datang.