

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN YANG DI MODERASI OLEH HARGA

(Studi Pada Konsumen Kafe Labuh Ruang Di Dau, Kabupaten Malang)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh :

Naufal Zaki Farandy

202010160311476

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DI MODERASI OLEH HARGA

(Studi Pada Konsumen Kafe Labuh Ruang Di Dau, Kabupaten Malang)

Oleh :

Naufal Zaki Farandy

202010160311476

Malang, 9 Januari 2025

Telah disetujui oleh :

Pembimbing 1

Pembimbing 2



(Dr. Marsudi, MM.)



(Rinaldy Achmad Roberth F, S.AB., MM)

LEMBAR PERSETUJUAN

NASKAH PUBLIKASI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN YANG DI MODERASI OLEH HARGA
(Studi Pada Konsumen Kafe Labuh Ruang Di Dau, Kabupaten Malang)**

Oleh :

Naufal Zaki Farandy

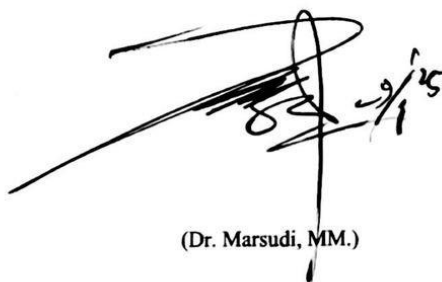
202010160311476

Malang, 9 Januari 2025

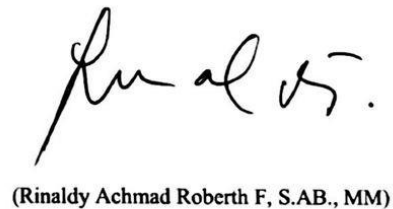
Telah disetujui oleh :

Pembimbing 1

Pembimbing 2



(Dr. Marsudi, MM.)



(Rinaldy Achmad Roberth F, S.AB., MM)

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DI MODERASI OLEH HARGA (Studi Pada Konsumen Kafe Labuh Ruang Di Dau, Kabupaten Malang)

Oleh:

Naufal Zaki Farandy
202010160311476

Diterima dan disetujui pada tanggal 20 Januari 2025

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Marsudi, M.M.

Rinaldy Achmad Roberth F., S.AB., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR TANDA TERIMA CEK PLAGIASI



Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 21/12/2024

Kode : 2556378888
Nama : Naufal Zaki Farandy
NIM : 202010160311476
Prodi : Manajemen
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Di Moderasi Oleh Harga (Studi Pada Konsumen Kafe Labuh Ruang Di Dau, Kabupaten Malang)
Persentase Plagiasi : 24%
Keterangan : LULUS

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M



PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Naufal Zaki Farandy
NIM : 202010160311476
Program Studi : Manajemen
E-mail : naufalzakifarandy@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar asli dan hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (*referensi*) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan, dengan menyebutkn nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka. Sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebesar-besarnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 18 Januari 2025

Yang membuat pernyataan



Naufal Zaki Farandy

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN YANG DI MODERASI OLEH HARGA**
(Studi Pada Konsumen Kafe Labuh Ruang Di Dau, Kabupaten Malang)

Naufal Zaki Farandy

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Jl.Raya Tlogomas No.246 Malang

E-mail: naufalzakifarandy@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kondisi kualitas produk, harga dan keputusan pembelian, untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dan untuk menganalisis peran harga dalam memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kafe Labuh Ruang dengan jumlah 160 responden menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode yang digunakan menggunakan analisis regresi moderasi dengan SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dan harga dapat memoderasi hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci – *kualitas produk, harga, keputusan pembelian*

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISIONS
MODERATED BY PRICE**

(Study on Consumers of Labuh Ruang Cafe in Dau, Malang Regency)

Naufal Zaki Farandy

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Jl.Raya Tlogomas No.246 Malang

E-mail: naufalzakifarandy@gmail.com

Abstract

This study aims to describe the condition of product quality, price and purchasing decisions, to analyze the influence of product quality on purchasing decisions, to analyze the influence of price on purchasing decisions and to analyze the role of price in moderating the influence of product quality on purchasing decisions. The population in this study were consumers of Labuh Ruang cafe with a total of 160 respondents using purposive sampling techniques. The method used was moderation regression analysis with SPSS 25. The results of this study indicate that product quality has a significant positive effect on purchasing decisions, price has a significant positive effect on purchasing decisions and price can moderate the relationship between product quality and purchasing decisions.

Keywords - product quality, price, purchasing decisions

KATA PENGANTAR

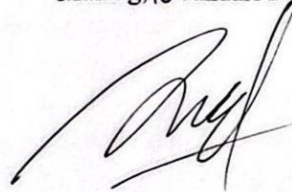
KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang di moderasi oleh harga”** ini dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan mencapai derajat Sarjana di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis banyak memperoleh bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dan dorongan yang tiada henti akan sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Sebagai ungkapan rasa syukur dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Prof. Idah Zuhroh, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang
4. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama perkuliahan.
5. Dr. Marsudi, M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang dengan luar biasa membimbing, mengarahkan, meluangkan waktunya serta memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
6. Rinaldy Achmad Roberth F, S.AB., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang dengan luar biasa membimbing, mengarahkan, meluangkan waktunya serta memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

7. Secara khusus saya ucapkan terima kasih banyak kepada kedua orang tua saya. Bapak Sarwo Cahyono dan Ibu Robithoh yang memberikan dukungan kepada saya baik secara material maupun moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas saya sebagai mahasiswa.
8. Pihak Kafe Labuh Ruang yang bersedia menjadi objek penelitian dan observasi saya.
9. Terima kasih kepada Bapak dan Ibu dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu kepada saya.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, dukungan dan doa dalam menyelesaikan skripsi ini.

Malang, 18 Januari 2025



Naufal Zaki Farandy

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR TANDA TERIMA CEK PLAGIASI	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
Abstrak	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Batasan Penelitian	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Landasan Teori.....	12
C. Kerangka Berpikir	29
D. Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Lokasi Penelitian.....	32
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	32

D.	Definisi Oprasional Variabel	34
E.	Data dan Sumber Data.....	36
F.	Teknik Pengumpulan Data	36
G.	Teknik Pengukuran Variabel	36
H.	Uji Instrumen	37
I.	Teknik Analisis Data	38
J.	Uji Asumsi Klasik	40
K.	Uji Hipotesis	41
BAB IV	43
A.	Gambaran Karakteristik Responden.....	43
B.	Hasil Uji Instrumen.....	45
C.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	47
D.	Hasil Analisis Data.....	49
E.	Hasil Uji Hipotesis	54
F.	Pembahasan	57
BAB V PENUTUP	62
A.	Kesimpulan.....	62
B.	Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	65
DAFTAR LAMPIRAN	68
LAMPIRAN 1	KUESIONER PENELITIAN.....	68
LAMPIRAN 2	DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN.....	72
LAMPIRAN 3	HASIL UJI INSTRUMENT.....	86
LAMPIRAN 4	HASIL UJI ASUMSI KLASIK.....	89
LAMPIRAN 5	HASIL UJI MODERASI.....	90

Daftar Tabel

Tabel 1.1. Ulasan Konsumen	5
Tabel 1.2. Data Penjualan	6
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel	34
Tabel 3.2. Skala Likert	37
Tabel 3.3. Rentang Skala	38
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden	43
Tabel 4.2. Umur Responden	44
Tabel 4.3. Intensitas Pembelian	44
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.5. Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.6. Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 4.7. Hasil Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4.8. Hasil Uji Heteroskedastisitas	48
Tabel 4.9. Hasil Uji Rentang Skala variabel X	49
Tabel 4.10. Hasil Uji Rentang Skala variabel M	51
Tabel 4.11. Hasil Uji Rentang Skala variabel Y	52
Tabel 4.12. Hasil Analisis Regresi Moderasi	54
Tabel 4.13. Hasil Rekapitulasi Hasil Uji t	56

Daftar Gambar

Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen	14
Gambar 2.2. Proses Keputusan Pembelian	16
Gambar 2.3. Kerangka Berfikir.....	29



DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, B., & Saladin., D. (2010). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Bandung: CV. Linda Karya.
- Alfatiha, R. A., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Niat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Du Cafe Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 522–529. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28794>
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (revisi). Bandung: Alfabeta.
- Arrosadi, A. H., & Achsa, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Harga Sebagai Variabel Moderasi. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2), 165-174.
- Assael, H. (2014). *Consumer Behavior* (6th ed.). New York: Learning.
- Ayustina, R. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Dengan Online Customer Review Sebagai Variabel Moderasi pada Produk Pond's (Studi Pada Konsumen Mahasiswa Di Surakarta) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Azhar, M. D., Mulyaningsih, H. D., & Rohandi, M. M. A. (2024, February). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian yang Dimoderasi oleh Harga. In *Bandung Conference Series: Business and Management* (Vol. 4, No. 1, pp. 648-656).
- Engel, B., & Miniard. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ismayana, S., & Hayati, N. (2018). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk lipstik Pixy. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*, 10(2), 1-15.
- Jonathan, S. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kothari, C. R. (2004). *Research Methodology: Methods and Techniques* (2nd ed.). New Delhi: New Age International Publisher.

- Kotler, P., & Amstornig, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Manajemen Pemasaran* (11th ed.). Jakarta: Gramedia
- Kuncoro,(2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitattif Dan R&D*. Penerbit : Erlangga, Jakarta.
- Loudon, D. L., & Bitta, A. J. (2016). *Consumer Behaviour Concept and Application* (6th ed.). New York: Mc Graw Hill.
- Mowen, J., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Pertiwi, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Le Minerale Di Kecamatan Medan Polonia Dengan Promosi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 374-381.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* Terjemahan oleh Diah Tantri Dwiandani. Jakarta: Erlangga.
- Prihartono, P. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 1171-1184.
- Priyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Sa'adah, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Variasi Ban CV. Duta Ban Surabaya Dengan Harga Sebagai Variabel Moderasi (Doctoral dissertation, Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan).
- Sanusi, Anwar. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Penerbit Salemba. Empat.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2016). *Consumer Behaviour* (7th ed.). Jakarta: PT. Indeks.
- Solomon, M. R. (2014). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (7th ed.). New York: Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif , Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahrum dan Salim. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.

- Tanzeh, Ahmad. (2011). Metodologi Penelitian Praktis. Yogyakarta: Teras.
- Tjiptono, F. (2016). Strategi Pemasaran (3rd ed.). Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wibowo, A. (2020). Potensi dan Tantangan Kopi di Era Milenial. Warta Pusat Penelitian Kopi Dan Kakao Indonesia, 31(2), 16–23.

