

**PENGARUH HARGA, INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA IKM KERAJINAN LOGAM  
DI KECAMATAN CITEUREUP KABUPATEN BOGOR**  
(Studi Pada CV. Wasilah Agung Prakarsa)

***THE EFFECT OF PRICE, PRODUCT INNOVATION AND PRODUCT QUALITY ON  
PURCHASE DECISIONS***

**ABSTRAK**

*The purchase decision is an important thing that will affect the achievement of company goals. Price, product innovation and product quality are things that affect consumer purchasing decisions, so it is appropriate for companies to pay attention to this so that consumers are interested in making purchases so that company goals will be achieved. This study aims to determine the effect of price, product innovation, and product quality on purchasing decisions. The method used is multiple linear regression analysis. The sampling technique in this study is saturated sampling. The sample used is all consumers who are resellers totaling 100 people. The results showed that simultaneously and partially the variables of price, product innovation, and product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions at CV. Wasilah Agung Prakarsa.*

**Keywords:** *Price, Product Innovation, Product Quality, Purchase Decision*

**ABSTRAK**

Keputusan pembelian merupakan suatu hal penting yang akan mempengaruhi pencapaian tujuan perusahaan. Harga, inovasi produk dan kualitas produk merupakan hal yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, maka sudah sepantasnya perusahaan memperhatikan hal tersebut agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian sehingga tujuan perusahaan akan tercapai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, inovasi produk, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu *sampling* jenuh. Sampel yang digunakan yaitu seluruh konsumen yang merupakan tenaga *reseller* dengan berjumlah 100 orang. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan dan parsial variabel harga, inovasi produk, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada CV. Wasilah Agung Prakarsa.

**Kata Kunci:** Harga, Inovasi Produk, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas nikmat sehat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada IKM Kerajinan Logam di Kecamatan Citeureup Kabupaten Bogor (Studi Kasus Pada CV. Wasilah Agung Prakarsa)”**. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad Salallahu'alaihi Wassalam, semoga kita *istiqomah* menjadi pengikutnya hingga akhir zaman.

Penelitian ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda Bogor. Terimakasih penulis ucapkan kepada berbagai pihak atas bantuan dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini, yaitu kepada :

1. Pembina dan Pengurus Yayasan Pusat Studi dan Pengembangan Islam Amaliyah Indonesia (YPSPIAI).
2. Bapak Dr. Ir. Dede Kardaya, M.Si. selaku Rektor Universitas Djuanda, Ibu Dr. Ir. Ristika Handarini, MP selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Kemahasiswaan, Bapak Dr. Irwan Ch, S.E., MM selaku Wakil Rektor II Bidang Keuangan, Umum dan Teknologi Informasi, dan Bapak Ir. H. Himmatul Miftah, M.Si. selaku Wakil Rektor III Bidang Pengembangan Usaha, Kerja Sama, dan Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB).
3. Bapak Dr. Lucky Hikmat Maulana, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Ibu Sudarijati, SE., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Sekaligus Pembimbing I, Ibu Dra. Titiek Tjahja Andari., M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi Sekaligus Pembimbing II, dan Ibu Erni Yuningsih, SE., MM selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi.
4. Ibu Endang Silaningsih, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ibu Dwi Gemina, SE.,M.Si selaku Sekretaris Program Studi Manajemen sekaligus Pembimbing Akademik.
5. Bapak Heri selaku kepala bagian gudang CV. Wasilah Agung Prakarsa yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian ini.

6. Kedua orang tua tercinta Papa Moch.Cholil dan Mama Rosida, serta kakak-kakak tersayang Elisa, Lidia, Fauzan, dan Rizki, penulis mengucapkan terima kasih telah memberikan kasih sayang, doa, motivasi serta dukungan secara teori maupun material.
7. Orang terdekat dalam kehidupan saya, Septiana Alifiani, Ilham Toni Prayoga, Muhammad Dicky Zulkarnaen, Aldino Agung Kurnia, Wilda Cesar Lia, Pitria Nengsih dan Juliyanti yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan referensi dalam skripsi ini.
8. Seluruh Keluarga Mahasiswa Fakultas Ekonomi Univeristas Djuanda Bogor, jurusan Manajemen maupun Akuntansi. Khususnya, teman-teman Manajemen Angkatan 17 yang telah memotivasi, mengingatkan dan memberi saran mengenai penyusunan skripsi ini agar segera selesai tepat pada waktunya.
9. Serta semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu penulisan skripsi ini, terima kasih atas motivasi dan semangatnya.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan penelitian ini, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Akhir kata penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Bogor, Juni 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

### ABSTRAK

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Tujuan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Manfaat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5 Sistematika Penulisan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Manajemen Pemasaran .....	18
2.3 Bauran Pemasaran.....	19
2.4 Harga.....	21
2.4.1 Pengertian Harga.....	21
2.4.2 Strategi Harga Produk .....	23
2.4.3 Tujuan Penetapan Harga .....	24
2.4.4 Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga.....	25
2.4.5 Indikator Harga .....	26
2.5 Inovasi Produk .....	27
2.5.1 Pengertian Inovasi Produk .....	27
2.5.2 Faktor-Faktor Inovasi Produk .....	28
2.5.3 Faktor Yang Mempengaruhi Inovasi Produk.....	29
2.5.4 Indikator Inovasi Produk.....	29
2.6 Kualitas Produk.....	30
2.6.1 Pengertian Kualitas Produk.....	30
2.6.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk .....	31
2.6.3 Indikator Kualitas Produk .....	32
2.7 Keputusan Pembelian.....	32

2.7.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	32
2.7.2	Proses Keputusan Pembelian .....	33
2.7.3	Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	34
2.7.4	Indikator Keputusan Pembelian .....	36
2.8	Industri Kecil dan Menengah (IKM).....	37
2.9	Pengembangan Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.9.1	Pengaruh Harga, Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.9.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.9.3	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.9.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.10	Kerangka Pemikiran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB III METODE PENELITIAN.....		44
3.1	Objek dan Lokasi Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2	Desain Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3	Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.1	Variabel Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.2	Operasionalisasi Variabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.1	Populasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.2	Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5	Jenis dan Sumber Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7	Metode Analisis Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.1	Analisis Deskriptif .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

3.7.2	Uji Instrumen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
3.7.4	Analisis Korelasi Berganda	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.5	Analisis Koefisien Determinasi	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.6	Pengujian Hipotesis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		66
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1	Sejarah Singkat CV. Wasilah Agung Prakarsa .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2	Visi dan Misi CV. Wasilah Agung Prakarsa.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.3	Struktur Organisasi CV. Wasilah Agung Prakarsa ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.4	Produk Pada CV. Wasilah Agung Prakarsa .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2	Karakteristik Konsumen CV. Wasilah Agung Prakarsa .....	70
4.3	Tanggapan Konsumen Terhadap Harga, Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Pada CV. Wasilah Agung Prakarsa.....	73
4.3.1	Tanggapan Konsumen Terhadap Harga Pada CV. Wasilah Agung Prakarsa .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.2	Tanggapan Konsumen Terhadap Inovasi Produk Pada CV. Wasilah Agung Prakarsa ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.3	Tanggapan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Pada CV. Wasilah Agung Prakarsa ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.4	Tanggapan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Wasilah Agung Prakarsa	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4	Pengaruh Harga, Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

4.4.1	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.2	Hasil Analisis Koefisien Korelasi	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.3	Hasil Analisis Koefisien Determinasi	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.4	Uji Hipotesis	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		111
5.1	Simpulan	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2	Saran	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR PUSTAKA		xi
LAMPIRAN		114
DOKUMENTASI		126
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		127

### DAFTAR TABEL

No	Teks	Halaman
1.1	Data Pendapatan CV. Wasilah Agung Prakarsa	5
1.2	DaftarPerbandingan Harga Produk Dengan Pesaing	6
1.3	Survey Pendahuluan Mengenai Inovasi Produk	8
1.4	Data Jumlah Barang Yang Dikembalikan Periode Bulan Oktober 2019 – September 2020	9
2.1	Rekapitulasi Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	16
2.2	Besaran Jumlah Tenaga Kerja Dan Nilai Investasi Untuk Klasifikasi Usaha Industri	38
3.1	Operasionalisasi Variabel	46
3.2	Bobot Penilaian	50
3.3	Kelas Interval dan Kriteria Penilaian	51

3.4	Kriteria Uji Validitas .....	53
3.5	Hasil Uji Validitas Harga ( $X_1$ ).....	53
3.6	Hasil Uji Validitas Inovasi Produk ( $X_2$ ).....	53
3.7	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk ( $X_3$ ).....	54
3.8	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	54
3.9	Kriteria Uji Reliabilitas.....	55
3.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y .....	56
3.11	Hasil Uji Normalitas .....	57
3.12	Hasil Uji Multikolonieritas .....	58
3.13	Interpretasi Terhadap Nilai r Hasil Analisis Korelasi.....	61
4.1	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin .....	70
4.2	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan .....	71
4.3	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia.....	71
4.4	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Nilai Pembelian .....	72
4.5	Rekapitulasi Karakteristik Konsumen CV.Wasilah Agung Prakarsa.....	72
4.6	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Keterjangkauan Harga .....	73
4.7	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk .....	74
4.8	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Kesesuaian Harga dengan Manfaat .....	75
4.9	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Harga Sesuai Kemampuan.....	76
4.10	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Variabel Harga.....	77
4.11	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Produk Baru Bagi Dunia Usaha .....	78
4.12	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Lini Produk Baru .....	79
4.13	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Tambahan Pada Lini Produk Yang Telah Ada.....	80
4.14	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Perbaikan dan Revisi Produk Yang Telah Ada.....	81
4.15	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Penentuan Kembali .....	83
4.16	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Pengurangan Biaya .....	84
4.17	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Variabel Inovasi Produk ..	84



4.18	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Performance .....	86
4.19	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Features .....	87
4.20	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Reliability.....	88
4.21	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Conformance to Spesification.	89
4.22	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Durability .....	90
4.23	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Serviceability .....	91
4.24	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Esthetic.....	92
4.25	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Perceived Quality.....	93
4.26	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Variabel Kualitas Produk..	94
4.27	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Pilihan Produk.....	95
4.28	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Pilihan Tempat Penyalur.....	97
4.29	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Jumlah Pembelian atau Kuantitas .....	98
4.30	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Waktu Pembelian.....	99
4.31	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Metode Pembayaran .....	100
4.32	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Variabel Keputusan Pembelian .....	101
4.33	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	103
4.34	Hasil Analisis Korelasi Berganda.....	104
4.35	Hasil Uji F .....	106
4.36	Hasil Uji t.....	107
4.37	Rekapitulasi Pengujian Secara Parsial.....	110

## DAFTAR GAMBAR

No	Teks	Halaman
2.1	Kerangka Pemikiran .....	43
3.1	Garis Interval Penilaian .....	51
3.2	Grafik <i>Scatterplot</i> .....	59
3.3	Uji Satu Pihak .....	65
4.1	Struktur Organisasi .....	67
4.2	Produk Pada CV. Wasilah Agung Prakarsa.....	70
4.3	Garis Interval Penilaian Indikator Keterjangkauan Harga.....	73
4.4	Garis Interval Penilaian Indikator Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk.....	74
4.5	Garis Interval Penilaian Indikator Kesesuaian Harga dengan Manfaat.....	75
4.6	Garis Interval Penilaian Indikator Harga Sesuai Kemampuan .....	76
4.7	Garis Interval Penilaian Indikator Produk Baru Bagi Dunia Usaha .....	79
4.8	Garis Interval Penilaian Indikator Lini Produk Baru.....	80
4.9	Garis Interval Penilaian Indikator Tambahan Pada Lini Produk Yang Telah Ada.....	81
4.10	Garis Interval Penilaian Indikator Perbaikan dan Revisi Produk Yang Telah Ada.....	82
4.11	Garis Interval Penilaian Indikator Penentuan Kembali .....	83
4.12	Garis Interval Penilaian Indikator Pengurangan Biaya .....	84
4.13	Garis Interval Penilaian Indikator Performance .....	87
4.14	Garis Interval Penilaian Indikator Features .....	88
4.15	Garis Interval Penilaian Indikator Reliability.....	89
4.16	Garis Interval Penilaian Indikator Conformance to Spesification.....	90
4.17	Garis Interval Penilaian Indikator Durability .....	91
4.18	Garis Interval Penilaian Indikator Serviceability .....	92
4.19	Garis Interval Penilaian Indikator Esthetic.....	93
4.20	Garis Interval Penilaian Indikator Perceived Quality.....	93
4.21	Garis Interval Penilaian Indikator Pilihan Produk.....	96
4.22	Garis Interval Penilaian Indikator Pilihan Tempat Penyalur .....	97

4.23	Garis Interval Penilaian Indikator Jumlah Pembelian atau Kuantitas .....	98
4.24	Garis Interval Penilaian Indikator Waktu Pembelian .....	99
4.25	Garis Interval Penilaian Indikator Metode Pembayaran.....	100
4.26	Hasil Uji t Koefisien Regresi Variabel Harga .....	108
4.27	Hasil Uji t Koefisien Regresi Variabel Inovasi Produk.....	109
4.28	Hasil Uji t Koefisien Regresi Variabel Kualitas Produk .....	110

