

ABSTRAK

PT. Manohara Asri berdiri sejak tahun 1995, bergerak dalam bidang makanan ringan dengan mengutamakan kualitas produknya. Perusahaan ini berpusat di Jl. Raya Bypass Km 24 Ponokawan - Krian, Sidoarjo, Jawa Timur. Salah satu produknya adalah kacang berlapis bumbu yaitu kacang Mayasi.

Kualitas produk merupakan hal yang sangat penting, selain untuk memenuhi apa yang diharapkan dari si pelanggan terhadap produk yang dimiliki juga berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen. Konsumen memutuskan untuk membeli produk tersebut dikarenakan kualitas produk yang ada. Konsumen yang merasa puas akan menjadi pelanggan yang lama dan pada periode berikutnya akan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Pelanggan akan menjadi loyal dan tercipta rekomendasi dari mulut ke mulut.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi konsumen mengenai kualitas produk kacang Mayasi PT. Manohara Asri, serta mengetahui adanya korelasi serta menguji besarnya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

Dengan metode pendekatan survei dan pengambilan sampel secara *convenience sampling* diambil sebanyak 100 responden. Alat yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis regresi sederhana dengan kualitas produk merupakan variabel independen (variabel X) dan keputusan pembelian konsumen adalah variabel dependen (variabel Y) yang berisi tanggapan responden mengenai kualitas produk PT. Manohara Asri.

Dari analisis deskriptif yang diperoleh, persepsi konsumen mengenai kualitas produk kacang Mayasi adalah konsumen setuju mengenai kegunaan dari produk itu sendiri, berguna sebagai "cemilan".

Dari pengolahan data didapat hasil analisis regresi sederhananya sebagai berikut : $Y = 7,544 + 0,336X$. terdapat korelasi antara kualitas produk dengan keputusan pembelian konsumen, dan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan nilai korelasi 8,7 %, sedangkan 92,3 % dipengaruhi oleh faktor lain. Didapat bahwa kualitas produk kacang Mayasi berpengaruh sangat lemah terhadap keputusan pembelian, dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen antara lain adalah faktor harga yang ditetapkan perusahaan.

DAFTAR ISI

Abstrak	i
Ucapan Terima Kasih	ii
Daftar Isi	iv
Daftar Gambar	vii
Daftar Tabel	viii

Bab 1 Pendahuluan

1.1 Latar belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian	3
1.5 Kerangka Penelitian	4
1.6 Metode Penelitian	6
1.6.1 Metode yang Digunakan	6
1.6.2 Jenis dan Sumber Data	7
1.6.3 Teknik Pengumpulan Data	8
1.6.4 Metode Penentuan Populasi dan Sampel	8
1.6.5 Operasional Variabel	9
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	10
1.8 Sistematika Penulisan	10

Bab 2 Tinjauan Pustaka

2.1 Pengertian Produk	13
2.2 Definisi dan Pengertian dari Produk	15
2.2.1 Tingkatan Produk	15
2.2.2 Hirarki Produk	17
2.2.3 Klasifikasi Produk	18
2.3 Pengertian Kualitas Produk	21
2.3.1 Dimensi Kualitas Produk	24
2.4 Pengertian Minat Beli	28
2.4.1 Tahapan Minat Beli	29
2.4.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	31
2.5 Pengertian Kepuasan Pelanggan	34
2.5.1 Manfaat Kepuasan Pelanggan	35

Bab 3 Objek Penelitian

3.1 Objek Penelitian	37
3.2 Sejarah Perusahaan	37
3.3 Produk yang Dipasarkan	39
3.3.1 Promosi	41
3.3.2 Distribusi	42
3.3.3 Harga	44

Bab 4 Hasil dan Pembahasan

4.1 Profil Responden	46
4.2 Pengujian Data	52
4.2.1 Uji Validitas	53
4.2.2 Uji Reliabilitas	54
4.2.3 Hasil Uji Pengaruh Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian	56
4.2.4 Hasil Uji Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	57
4.3 Analisis Deskripsi	57
4.3.1 Deskripsi Frekuensi Variabel Faktor Kualitas Produk Itu Sendiri	58
4.3.2 Distribusi Frekuensi Variabel Faktor Desain dan Gaya	59
4.3.3 Distribusi Frekuensi Variabel Faktor <i>Well known Name</i>	61
4.3.4 Distribusi Frekuensi Variabel Faktor Daya Guna	62
4.3.5 Distribusi Frekuensi Variabel Faktor Keputusan Pembelian	63
4.4 Pembahasan	65

Bab 5 Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pengertian Produk	14
Gambar 2.2 Tingkatan Produk	17
Gambar 2.3 Proses Keputusan Pembelian	33
Gambar 2.4 Model Pemrosesan Kognitif Pengambilan Keputusan Pembelian	34

DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Hal
4.1	Distribusi Frekuensi Responden Menurut Usia	47
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.3	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	50
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Kacang Akhir-Akhir Ini	51
4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Kacang Mayasi	52
4.8	Amnalysis Validitas Akhir	53
4.9	Hasil Uji Reliabilitas	55
4.10	Regresi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	56
4.11	Tabel Tingkat Pengaruh (Koefisien Determinasi)	57
4.12	Distribusi Frekuensi Item yang Berkaitan Dengan Variabel Faktor Kualitas Produk Itu Sendiri (X2 ,X3 , X4)	58
4.13	Distribusi Item yang Berkaitan Dengan Variabel Faktor Desain dan Gaya (X5, X6)	59
4.14	Distribusi Frekuensi Item yang Berkaitan Dengan Variabel Faktor <i>Well Known Name</i> (X8)	60

4.15	Distribusi Frekuensi Item yang Berkaitan Dengan Variabel Faktor Daya Guna (X11)	61
4.16	Distribusi Frekuensi Item yang Berkaitan Dengan Faktor Daya Guna (Y1,Y3, Y4, Y6, Y7)	63