

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Pabrik Super Wijaya Tahu Malang” ini ditulis oleh Ahmad Novan, NIM. 126405212067, dengan pembimbing Risdiana Himmati, M.Si.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Tempat, Keputusan Pembelian

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Fenomena yang menarik terjadi di Kecamatan Karangploso, di mana terdapat 21 perajin tahu, termasuk Pabrik Super Wijaya Tahu yang cukup dikenal di wilayah Desa Ngijo. Meski memiliki potensi pasar yang besar, pabrik-pabrik tahu di wilayah ini belum sepenuhnya optimal dalam membangun keunggulan bersaing. Beberapa konsumen mulai beralih ke produk lain karena faktor seperti ketidakkonsistenan kualitas rasa, tampilan produk yang kurang menarik, hingga kesulitan akses distribusi.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji keputusan pembelian konsumen pabrik super wijaya tahu di Kecamatan Karangploso dengan variabel kualitas produk, citra merek, harga dan tempat sebagai variabel utamanya. Sebagai dasar teoritis, penelitian ini menggunakan teori manajemen pemasaran sebagai teori utama dan teori citra merek sebagai teori pendukung untuk menganalisis pengaruh dari keempat variabel tersebut.

Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner melalui google form dan observasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dengan sampel 97 responden. Teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas dan uji autokorelasi, uji regresi linear berganda, uji simultan (F), uji parsial (t), uji koefisien determinasi. Alat bantu yang digunakan adalah SPSS 20 untuk mencari nilai hipotesis penelitian.

Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa: (1) kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di pabrik super wijaya tahu Malang. (2) citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di pabrik super wijaya tahu Malang. (3) harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di pabrik super wijaya tahu Malang. (4) tempat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di pabrik super wijaya tahu Malang. (5) kualitas produk, citra merek, harga, dan tempat secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di pabrik super wijaya tahu Malang.

ABSTRACT

The thesis with the title "The Influence of Product Quality, Brand Image, Price and Place on Consumer Purchase Decisions at the Super Wijaya Tofu Malang Factory" was written by Ahmad Novan, NIM. 126405212067, with supervisor Risdiana Himmati, M.Si.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Price, Place, Purchase Decision

This research is motivated by an interesting phenomenon that occurred in Karangploso District, where there are 21 tofu artisans, including the Super Wijaya Tahu Factory which is quite well known in the Ngijo Village area. Despite having great market potential, tofu factories in this region are not fully optimal in building a competitive advantage. Some consumers are starting to switch to other products due to factors such as inconsistency in taste quality, unattractive product appearance, and difficulty accessing distribution.

This study aims to test the purchasing decision of consumers of the super wijaya tofu factory in Karangploso District with the variables of product quality, brand image, price and place as the main variables. As a theoretical basis, this study uses marketing management theory as the main theory and brand image theory as the supporting theory to analyze the influence of the four variables.

The research method in this study uses a quantitative approach with an associative type of research. The data source in this study was obtained from the distribution of questionnaires through google forms and observations. The sampling technique used in this study was non-probability sampling with a sample of 97 respondents. Data analysis techniques include validity test, reliability test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, normality test and autocorrelation test, multiple linear regression test, simultaneous test (F), partial test (t), determination coefficient test. The tool used is SPSS 20 to find the value of the research hypothesis.

The results of this study show that: (1) product quality has a positive and significant influence on consumer purchase decisions at the super wijaya tofu factory in Malang. (2) brand image has a positive and significant influence on purchasing decisions at the super wijaya tofu Malang factory. (3) the price does not have a significant influence on consumers' purchasing decisions at the super wijaya tofu Malang factory. (4) the place has a positive and significant influence on consumer purchasing decisions at the super wijaya tofu Malang factory. (5) product quality, brand image, price, and place simultaneously have a positive and significant effect on consumer purchase decisions at the super wijaya tofu Malang factory.