

ABSTRAK

Siti Rabiatal Marwiyah, 2023, Analisis Kualitas Produk Dan Harga Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen Pada CV. Berkat Manis Abadi, Pembimbing 1 : Hj. Farida yulianti, SE, M.M Pembimbing 2 : dewi lesmanawari, SE, M.Ak.

Seiring dengan berjalannya waktu juga disertai dengan bertumbuhnya perekonomian di Indonesia dan dunia, ditandai dengan banyaknya pembangunan perusahaan baru dalam segala bidang, diantara-Nya bidang industri, bidang tekstil, bidang teknologi dan lain sebagainya. Setiap usaha tersebut berusaha untuk menraik perhatian konsumen dalam membeli barang mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Apakah faktor kualitas produk berdampak terhadap daya beli konsumen di CV. Berkat Manis Abadi ? 2) Apakah Apakah faktor harga berdampak terhadap daya beli konsumen di CV. Berkat Manis Abadi.

Jenis penelitian ini deskriptif, metode deskriptif yaitu penelitian tentang status subjek penelitian yang berkenaan dengan suatu hal yang spesifik dari keseluruhan personalitas dengan teknik pengumpulan data dengan observasi, interview dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa: 1) CV. Berkat Manis Abadi dalam hal kualitas produk telah menjual produk yang berkualitas dan mempunyai banyak variasi sehingga konsumen mudah dalam menentukan pilihan produk yang ingin dibeli 2) CV. Berkat Manis Abadi dalam hal menetapkan harga sudah melalui berbagai pertimbangan yang matang sehingga menghasilkan harga yang sebanding dengan kualitas produk yang dijual.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, daya Beli Konsumen

ABSTRACT

Siti Rabiatul Marwiyah, 2023, Product Quality and Price Analysis to Increase Consumer Purchasing Power at CV. Berkat Manis Abadi, Pembimbing 1 : Hj. Farida Yulianti, SE, M.M Pembimbing 2 : Dewi Lesmanawari, SE, M.Ak.

As time goes by, it is also accompanied by economic growth in Indonesia and the world, marked by the development of many new companies in all fields, including the industrial sector, the textile sector, the technology sector and so on. Each of these businesses try to attract the attention of consumers in buying their goods. This study aims to determine 1) Does the product quality factor affect the purchasing power of consumers in CV. Berkat Manis Aabadi? 2) Does the price factor have an impact on consumer purchasing power in CV. Berkat Manis Abadi

This type of research is descriptive, the descriptive method is research on the status of research subjects relating to a specific matter of the whole personality with data collection techniques by observation, interviews and documentation.

The results of this study state that: 1) CV. Berkat Manis Abadi in terms of product quality products and has many variations so that consumers can easily make a choice of the product they want to buy 2) CV. Berkat Manis Abadi in terms of setting prices has gone through varuous careful considerations so as to produce a price that is comparable to the quality of the products being sold.

Keywords: Product Quality, Price, Consumer Purchasing power

Daftar Pustaka

- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Agustina, E., Lie, D., Butarbutar, M., & Nainggolan, N. T. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PERCETAKAN ANEKA JAYA PEMATANGSIANTAR. *Maker: Jurnal Manajemen*, 5(1), 38–49. <https://doi.org/10.37403/maker.v5i1.106>
- ali hasan. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan harga Terhadap Minat Beli Pakaian. *Jurnal Indovisi*.
- Amalia, R. J. (2022). Analisis Perilaku Konsumtif dan Daya Beli Konsumen Terhadap Belanja Online Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v4i1.87.1-16>
- Amir, M., Stie,), Dharma, T., & Makassar, N. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA NOTEBOOK ACER PADA PT. GENIUS ALVA MAKASSAR*.
- ANIS WIJAYANTI. (2013). *Pengaruh Beberapa Variabel Makroekonomi dan Indeks Pasar Modal Dunia Terhadap Pergerakan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) di BEI*.

- Aprillia Darmansah, S. Y. Y. (2020). PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA APLIKASI SHOPEE DI WILAYAH JAKARTA TIMUR . *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1.
- ayu maharani. (2019). *PENGARUH PELAYANAN, PROMOSI, LOKASI DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HONDA CV MAJU PALEMBANG*. UIN Raden Fatah Palembang.
- BASIR BARTHOS. (n.d.). *MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA SUATU PENDEKATAN MAKRO*.
- Basu Swastha Dharmesta, T. H. H. (2013). *Manajemen pemasaran : analisa perilaku konsumen*. BPFE.
- BASU SWASTHA, I. (2013). *MANAJEMEN PEMASARAN MODERN*. LIBERTY YOGYAKARTA.
- BUCHARI, A. (2007). *MANAJEMEN PEMASARAN DAN PEMASARAN JASA*. ALFABETA.
- budi istiyanto, C. hendratmoko, hestin mutmainah. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Rental Mobil Di Surakarta. *Manajemen STIE Surakarta*.
- Eva Margareth Sarah, K. F. O. (2019). PENGARUH MEREK DAN IKLAN TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN DI PT INDAKO TRADING COY KRAKATAU MEDAN (Studi kasus pada konsumen Honda yang membeli unit CB150). *MUTIARA MANAJEMEN*, 04, 367–371.
- H. BUCHARI, A. (2007). *MANAJEMEN PEMASARAN DAN PEMASARAN JASA*. RAJAWALI PERS.

- Hasan, S. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEUBEL SEBAGAI PRODUK TERSIER DALAM UPAYA BERSAING DENGAN E-COMMERCE DAN PERUBAHAN SOSIO-EKONOMI GLOBAL. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 111–120. <https://doi.org/10.31849/jieb.v17i2.4498>
- Ikhsan Faozi, S. H. (2019). ANALISA KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIPENGARUHI HARGA PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN PADA PT BINA PERTIWI SEMARANG. *MANAJEMEN AKUNTANSI*, 20, 44–48.
- jing sun, amanuel tekleab, millissa cheung, wei-ping wu. (2022). The contingent roles of market turbulence and organizational innovativeness on the relationships among interfirm trust, formal contracts, interfirm knowledge sharing and firm performance. *Journal of Knowledge Management*, 27(5).
- KAMUS BESAR BAHASA INDONESIA (KBBI)*. (n.d.).
- Maria Santika, F. N., & . S. (2020). PENGARUH BONUS PACK, DAYA BELI, DAN KEPERCAYAAN INSTITUSI TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA E-MONEY CAMPUSPAY. *Value Added: Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2). <https://doi.org/10.26714/vameb.v16i2.6059>
- Meilina Boediono, S. C. D. M. I. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEALANTWAX. *MANAJEMEN DAN START-UP BISNIS*, 3.
- Muhammad furqon, Novi Rukhviyanti, Lilis Suharti, & Achmad Azhari. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Daya Beli Konsumen Terhadap Keputusan

Pembelian Beras Lumbung Padi Indonesia (LPI) di Pasar Perumnas. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 14(2), 97–107.
<https://doi.org/10.37151/jsma.v14i2.101>

PHILIP KOTLER, G. A. (2016). *PRINSIP-PRINSIP PEMASARAN*. ERLANGGA.

PHILIP KOTLER, K. L. K. (2009). *MANAJEMEN PEMASARAN* (4th ed.). INDEKS.

Pradiani, T. (2018). PENGARUH SISTEM PEMASARAN DIGITAL MARKETING TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN HASIL INDUSTRI RUMAHAN. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53.
<https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>

Pramutoko, B. (2021). Pengaruh Pemilihan Lokasi, Daya Beli Konsumen dan Suasana terhadap Keputusan Pedagang Kaki lima Berjualan di Jalan H.O.S Cokroaminoto Kota Kediri. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 6(2), 73. <https://doi.org/10.32503/jmk.v6i2.1585>

Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Journal Of Communication Education*, 15(1).
<https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>

Rahadhini, M., Pramono, H., & Susanti, R. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KELENGKAPAN PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *JURNAL EKONOMI DAN KEWIRAUSAHAAN*, 21(3). <https://doi.org/10.33061/jeku.v21i3.6867>

- Rahman, A., Pengaruh, Z. ;, Produk, K., Harga, D., Rahman Zulaikin, A., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR (STUDI PADA PERILAKU PENGGUNA SEPEDA MOTOR HONDA CB 150R STREETFIRE)*. www.pertamax7.com
- Razak, I. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i2.286>
- Rinaldy A. P. Pomantow, W. J. F. A. T. S. L. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP DAYA BELI BAHAN BAKAR JENIS PERTALITE (STUDI PADA KONSUMEN PT. PERTAMINA (PERSERO) MANADO)* PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP DAYA BELI BAHAN BAKAR JENIS PERTALITE (STUDI PADA KONSUMEN PT. PERTAMINA (PERSERO) MANADO). 7, 521–530.
- russel dan taylor. (2013). *manajemen kualitas*.
- SABAR NAPITUPULU, N. T. R. T. (2021). *Manajemen pemasaran : pendekatan praktis dengan teori-teori para ahli*. ARS.
- Santoso, J. B. (2019a). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Santoso, J. B. (2019b). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>

- subriadi, habi baturohmah. (2022). Social media in marketing of ride-hailing: A systematic literature review. *Laboratory of Information System Management*.
- Teguh Setiawan Wibowo, M. A. Muh. Abduh. E. W. H. nwar,. (2022). Efektifitas Strategi Penetapan Harga Produk Barang pada Daya Beli Konsumen: Studi Literature. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3.
- Tjiptono, F. (2017). KEWIRAUSAHAAN, KINERJA KEUANGAN, DAN KELANGGEMAN BISNIS. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 15(1), 17.
<https://doi.org/10.25124/jmi.v15i1.389>