

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, STRATEGI PEMASARAN, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
IKAN ASIN DI TOKO APRIANTI**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Labuhanbatu



Oleh :

AYU LESTARI
2101300316

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
2025**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : AYU LESTARI
NPM : 2101300316
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK, STRATEGI PEMASARAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IKAN ASIN DI TOKO APRIANTI

RANTAUPRAPAT, JULI 2025

DISETUJUI:

PEMBIMBING UTAMA



DRS. ZUFRIE, M.M
NIDN. 0116126701

PEMBIMBING PENDAMPING



MULYA RAFIKA, SE., M.Si
NIDN. 0127019101

MENYETUJUI:

DEKAN



PRISTIYONO, SE, M.Si
NIDN. 0116118301

KAPRODI MANAJEMEN



YUNIMAN ZEBUA, SE, M.Si
NIDN. 0117067201

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI

NAMA : AYU LESTARI
NPM : 2101300316
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK, STRATEGI PEMASARAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IKAN ASIN DI TOKO ASIN APRIANTI

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan skripsi ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rantauprapat, Juli 2025
Yang Membuat Pernyataan



Ayu lestari
NPM. 2101300316

ABSTRAK

AYU LESTARI/ NPM. 2101300316 PENGARUH KUALITAS PRODUK, STRATEGI PEMASARAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IKAN ASIN DI TOKO APRIANTI. 2025. SKRIPSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, strategi pemasaran, dan harga terhadap keputusan pembelian ikan asin di Toko Aprianti. Latar belakang penelitian didasarkan pada semakin ketatnya persaingan bisnis dalam industri pangan, khususnya produk ikan asin yang memiliki pasar luas di Indonesia. Toko Aprianti sebagai salah satu pelaku usaha perlu memahami bagaimana ketiga faktor tersebut saling berinteraksi dalam memengaruhi perilaku konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan variabel independen kualitas produk, strategi pemasaran, dan harga, serta variabel dependen keputusan pembelian. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Toko Aprianti dan dianalisis menggunakan metode statistik untuk menguji pengaruh masing-masing variabel secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian diharapkan memberikan gambaran yang jelas mengenai faktor-faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian ikan asin di Toko Aprianti, serta menjadi dasar rekomendasi bagi pengelola dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien guna meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan. Selain itu, temuan penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur akademis terkait pemasaran produk lokal dan perilaku konsumen di sektor pangan.

Kata Kunci: Persepsi Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian, Keunggulan Bersaing

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Produk, Strategi Pemasaran, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ikan Asin di Toko Aprianti"** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Ade Parlaungan Nasution, SE, M. Si, Selaku Rektor Universitass Labuhanbatu yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas dalam menyelesaikan studi.
2. Bapak Pristiyono, SE, M. Si, Selaku Dekan Universitass Labuhanbatu yang telah memberikan arahan dan bimbingan semasa perkuliahan
3. Bapak ABD. Halim, SE, M. Si, Selaku Kaprodi Universitass Labuhanbatu.
4. Bapak Drs. Zuprie, MM dan Ibu Mulya Rafika, SE, M.Si, Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga serta pikiran dalam memberikan bimbingan dan masukan yang sangat berarti.
5. Seluruh dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu yang telah memberiikan ilmu dan pengalaman yang berharga selama masa studi.

6. Staff Administrasi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
7. Orang tua penulis bapak Alm. Sugeng, bapak Sutrisno, dan Ibu Sukinem yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan serta semangat baik moral maupun material dari awal kuliah hingga penyelesaian tugas akhir ini.
8. Saudara Penulis Apriliani, Ariyanti, Agung Kurnia, dan Dwi Cahayu yang telah memberikan dukungan dan semangat semasa perkuliahan.
9. Seluruh mahasiswa Prodi Manajemen angkatan 2021 selaku teman yang kebersamai selama perkuliahan.
10. Ayu Lestari, diri sendiri yang telah berjuang dan bertahan untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi kontribusi nyata dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen dan pemasaran.

Rantauprapat, Juli 2025

Penulis



Ayu Lestari

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah	5
1. Batasan Masalah	5
2. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II. LANDASAN TEORI	8
A. Peneliti Terdahulu	8
B. Uraian Teoritis.....	12
1. Kualitas Produk.....	12
2. Strategi Pemasaran.....	18

3. Harga.....	26
4. Keputusan Pembelian.....	33
C. Kerangka Konseptual.....	38
D. Hipotesis Penelitian	39
BAB III. METODE PENELITIAN	40
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	40
B. Populasi dan Sample	41
C. Definisi Operasional Variable	42
D. Jenis dan Sumber Data.....	43
1. Jenis Data	43
2. Sumber Data	44
E. Teknik Pengumpulan Data	44
F. Uji Instrumen Penelitian	45
1. Uji Validitas	45
2. Uji Reabilitas	45
G. Metode Analisis Data.....	45
1. Metode Analisis Deskriptif.....	46
2. Uji Asumsi Klasik	46
3. Analisis Regresi Linear Berganda	47
4. Analisis Hipotesis	48
BAB IV. METODE PENELITIAN	52
A. Hasil Penelitian.....	52
1. Gambara Toko Aprianti	52
2. Hasil Deskriptif Responden.....	54

3. Hasil Deskriptif Variable Penelitian	56
4. Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik	62
5. Hasil Analisi Regresi Linear Berganda.....	64
B. Pembahasan	70
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	77

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.....	40
Tabel 3.2.....	42
Tabel 4.1.....	54
Tabel 4.2.....	55
Tabel 4.3.....	56
Tabel 4.4.....	57
Tabel 4.5.....	58
Tabel 4.6.....	60
Tabel 4.7.....	61
Tabel 4.8.....	63
Tabel 4.9.....	65
Tabel 4.10.....	66
Tabel 4.11.....	68
Tabel 4.12.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.....	37
Gambar 2.2.....	38
Gambar 4.1.....	62
Gambar 4.2.....	64