



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan Perkembangan dunia bisnis yang berlangsung semakin pesat turut meningkatkan intensitas persaingan di antara perusahaan menjadi semakin kompetitif dalam menarik dan mempertahankan konsumen. Kondisi tersebut mendorong setiap perusahaan untuk terus berupaya menyediakan barang maupun jasa yang mampu memenuhi kebutuhan serta ekspektasi konsumen. Agar mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya, perusahaan perlu menyesuaikan diri dalam menghadapi berbagai perubahan serta perkembangan yang berlangsung di lingkungan bisnis. Selain itu, pemahaman terhadap kebutuhan, keinginan, serta harapan konsumen menjadi hal yang penting karena dapat menciptakan kepuasan dan meningkatkan kemungkinan konsumen untuk tetap memilih perusahaan tersebut.

Perkembangan sejalan dengan bertambahnya kebutuhan masyarakat akan produk makanan yang mudah dan praktis, produk makanan siap saji mengalami perkembangan yang cukup pesat dan semakin banyak digunakan sebagai pilihan dalam memenuhi kebutuhan konsumsi sehari-hari. Salah satu produk makanan praktis yang cukup banyak diminati oleh masyarakat ialah roti. Minat konsumen terhadap produk roti tidak terlepas dari kualitas yang ditawarkan. Kualitas suatu produk roti dapat dilihat melalui beberapa aspek, seperti manfaat atau kegunaannya,



keunggulan yang dimiliki, daya tarik yang dapat dirasakan melalui pancaindra, serta citra dan reputasi produk di mata konsumen.

Sari Roti merupakan salah satu merek produk roti yang telah dikenal luas oleh masyarakat Indonesia. Produk tersebut berupaya menjaga kualitas melalui proses produksi yang memperhatikan kebersihan dan pengawasan mutu. Proses produksinya dilakukan dengan menerapkan standar pengendalian kualitas serta memperhatikan aspek keamanan pangan. Selain itu, Sari Roti menyediakan beragam pilihan rasa dan jenis produk sehingga memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk menentukan pilihan berdasarkan kebutuhan dan preferensi masing-masing. Kemudahan dalam memperoleh produk juga menjadi salah satu faktor pendukung karena produk Sari Roti didistribusikan melalui berbagai saluran penjualan, seperti warung, toko, dan supermarket. Masa edar produk yang relatif terbatas juga berkaitan dengan upaya menjaga kesegaran dan kualitas roti yang diterima oleh konsumen. Dengan berbagai upaya tersebut, Sari Roti terus mengembangkan produknya dan memperkuat posisinya dalam persaingan industri roti di Indonesia.

Konsumen melalui serangkaian proses pembelian untuk mendapatkan berbagai informasi terkait produk maupun jasa yang mereka gunakan Susanto et al., 2022 Adapun factor merek menjadi salah satu faktor yang dapat turut memengaruhi pertimbangan konsumen dalam memilih suatu produk. Merek memiliki peran sebagai identitas yang menjadi pembeda antara suatu produk dengan produk sejenis yang ditawarkan oleh perusahaan lain. Keberadaan merek juga membantu konsumen dalam mengenali dan mengingat produk tertentu, sehingga dapat

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Plagiarisme juga dilarang untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

memberikan kemudahan ketika konsumen mempertimbangkan berbagai pilihan sebagai bahan pertimbangan sebelum konsumen memutuskan untuk membeli.

Dengan demikian, sebuah merek harus mampu merepresentasikan kualitas serta karakteristik yang melekat pada produk yang ditawarkan. Ketertarikan konsumen terhadap suatu merek dapat mendorong munculnya keinginan untuk mencari dan memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai produk tersebut. Apabila pengalaman yang diperoleh konsumen sesuai dengan harapan, terutama dari segi kualitas produk, maka kepuasan dapat terbentuk. Kepuasan yang dirasakan secara berkelanjutan yang pada akhirnya mampu meningkatkan kecenderungan konsumen untuk terus memilih produk yang sama dan membangun loyalitas terhadap merek tersebut.

Kualitas produk dapat diartikan sebagai tingkat kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya serta memberikan manfaat yang sesuai dengan yang diharapkan. Aspek tersebut mencakup daya tahan, keandalan, ketepatan penggunaan, kemudahan dalam pengoperasian dan pemeliharaan, serta karakteristik lainnya yang dapat memberikan manfaat dan nilai tambah bagi konsumen. Bagi perusahaan, mutu produk merupakan salah satu faktor yang perlu mendapat perhatian karena produk dengan kualitas yang berkualitas dapat memperkuat daya saing di pasar sekaligus memenuhi kebutuhan sekaligus ekspektasi konsumen. Oleh sebab itu, kualitas produk menggambarkan beragam karakteristik yang terdapat pada sebuah barang maupun jasa dalam memenuhi kebutuhan serta menciptakan kepuasan bagi konsumen.



Tabel 1 Daftar Produk Sari Roti Beserta Ukuran dan Harga

Varian	Berat	Harga (IDR)
Sari Roti Tawar Spesial	370 g	Rp15.000
Sari Roti Tawar Kupas	200 g	Rp17.000
Sari Roti Sandwich Coklat	49 g	Rp6.000
Sari Roti Sobek Coklat Stroberi	180 g	Rp18.000
Sari Roti Isi Coklat Keju	72 g	Rp5.000
Sari Roti Kasur Susu	162 g	Rp11.000
Sari Roti Sisir Krim Meses	162 g	Rp10.500
Sari Roti Dorayaki Custard Kayu Manis	55 g	Rp6.000

Sumber: www.klikindomaret.com

Berdasarkan tabel tersebut, mampu dilihat bahwa Sari Roti menawarkan produk roti tawar dalam beberapa pilihan varian, di antaranya Tawar Spesial dan Tawar Gandum. Produk tersebut dipasarkan dengan kisaran harga sekitar Rp15.000 hingga Rp22.000. Dari sisi distribusi, Sari Roti memiliki jangkauan pemasaran yang cukup luas. Produk dapat diperoleh secara langsung melalui melalui beragam tempat penjualan, antara lain minimarket, supermarket, hingga toko atau warung tradisional. Di samping itu, konsumen juga dapat membeli produk Sari Roti melalui platform perdagangan elektronik, antara lain melalui platform perdagangan elektronik seperti Tokopedia, Shopee, dan Blibli.

Sutanto dan Wijaya (2020) menjelaskan bahwa keberhasilan Sari Roti didukung oleh penerapan operasional yang efisien, konsistensi dalam menjaga kualitas produk, serta kemampuan perusahaan menyesuaikan strategi pemasaran berdasarkan data dan perilaku konsumen. Meskipun demikian, persaingan dalam industri roti kemasan semakin berkembang seiring dengan munculnya berbagai



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

merek pesaing. Data Berdasarkan data Top Brand Index (2024), Sari Roti tercatat sebagai merek dengan posisi teratas dalam kategori roti kemasan, dengan perolehan skor sebesar 49,5%. Namun, angka tersebut mengalami penurunan dibandingkan tahun 2022 yang mencapai 65,2%. Di sisi lain, merek seperti MAKO dan Holland Bakery menunjukkan adanya perkembangan dalam pilihan konsumen. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa persaingan di pasar roti kemasan semakin dinamis dan perusahaan perlu terus mempertahankan kualitas serta daya saing mereknya.

Menurut Kotler dan Keller (2017), keputusan pembelian merupakan proses ketika konsumen menentukan pilihan terhadap salah satu merek dari sejumlah alternatif yang tersedia. Keputusan pembelian menggambarkan tahap ketika konsumen menetapkan pilihannya terhadap suatu produk dan memiliki keinginan untuk melakukan transaksi pembelian. Sebelum sampai pada tahap tersebut, konsumen umumnya melakukan pertimbangan dengan membandingkan sejumlah pilihan yang tersedia dengan mempertimbangkan kebutuhan, manfaat, kualitas, maupun faktor lainnya. Produk yang dinilai mampu memenuhi kebutuhan serta ekspektasi konsumen kemudian menjadi pilihan untuk dibeli. Bagi perusahaan atau penjual, perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian memiliki peranan penting terhadap keberlangsungan kegiatan usaha. Penyampaian informasi yang kurang tepat atau ketidakmampuan perusahaan dalam memahami kebutuhan konsumen dapat turut menjadi bahan pertimbangan konsumen ketika menentukan pilihan terhadap suatu produk. Kondisi tersebut pada akhirnya dapat berdampak terhadap tingkat penjualan dan pendapatan yang diperoleh perusahaan. Dengan demikian, perusahaan perlu mengetahui berbagai faktor yang menjadi



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian sehingga dapat meningkatkan minat konsumen serta mempertahankan kinerja penjualan.

Keputusan pembelian dapat dimaknai sebagai serangkaian tahapan yang dilalui oleh konsumen dalam menentukan pilihan, mulai dari sebelum melakukan pembelian hingga setelah produk tersebut diperoleh dan digunakan. Menurut Abna Haniif dkk. (2022), Keputusan pembelian dapat diukur berdasarkan empat indikator utama, meliputi pengenalan terhadap kebutuhan, pencarian informasi, penetapan keputusan pembelian, dan perilaku konsumen setelah melakukan pembelian.

Guna memperoleh gambaran awal mengenai keputusan konsumen dalam membeli produk Sari Roti, penulis terlebih dahulu melaksanakan pra-survei melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang berdomisili di Kota Tembilahan. Hasil pra-survei tersebut digunakan untuk mengetahui kondisi awal keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk Sari Roti. Mengacu pada hasil yang diperoleh, tingkat keputusan konsumen dalam memilih dan membeli produk Sari Roti masih perlu diperhatikan. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya bagi perusahaan untuk memahami salah satu aspek yang turut berperan dalam menentukan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk adalah kualitas produk yang ditawarkan.

Menurut Nugroho (2021), kualitas produk merupakan salah satu aspek yang turut memengaruhi konsumen dalam menetapkan keputusan pembelian. Produk dengan mutu yang baik dianggap mampu memenuhi kebutuhan konsumen sekaligus memberikan manfaat serta nilai yang sejalan dengan ekspektasi konsumen. Penilaian terhadap kualitas produk dapat dilakukan berdasarkan



sejumlah indikator, meliputi kinerja, daya tahan, kesesuaian, serta tampilan produk. Untuk memperoleh gambaran awal mengenai penilaian konsumen terhadap untuk mengetahui kualitas produk Sari Roti, penulis terlebih dahulu melaksanakan pra-survei dengan melihat tanggapan konsumen berdasarkan indikator tersebut.

Hasil pra-survei mengenai kualitas produk Sari Roti pada konsumen di Kota Tembilahan hasil tersebut mengindikasikan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian terhadap kualitas yang positif. Sebanyak 50% responden menyatakan bahwa kualitas produk Sari Roti tergolong baik. Hasil tersebut memberikan indikasi awal mengenai adanya persepsi yang relatif positif dari konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan oleh Sari Roti.

Selain mutu produk, aspek harga turut menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menetapkan keputusan pembelian. Harga yang dinilai sesuai dengan manfaat serta mutu produk mampu mendorong konsumen untuk lebih cenderung melakukan pembelian. Pratama dan Yuliani (2022) menyatakan bahwa konsumen lebih konsumen akan lebih terdorong untuk memilih produk ketika harga yang ditetapkan dianggap sebanding dengan kualitas dan manfaat yang diterima. Oleh karena itu, penelitian ini juga melihat bagaimana konsumen mempersepsikan harga produk Sari Roti.

Untuk memperoleh gambaran mengenai penilaian konsumen terhadap harga Sari Roti, penulis melakukan pra-survei berdasarkan beberapa indikator, yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian nilai, kewajaran harga, serta perbandingan antara manfaat yang diperoleh dengan harga yang dibayarkan. Berdasarkan hasil pra-survei mengenai harga Sari Roti di Kota Tembilahan, mayoritas responden



memberikan penilaian bahwa harga produk telah sesuai dengan harapan mereka. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga Sari Roti secara umum masih dipersepsikan baik dan sebanding dengan manfaat yang diperoleh konsumen.

Sebagai landasan pendukung penelitian, penulis merujuk pada sejumlah penelitian terdahulu yang relevan dengan variabel kualitas produk, harga, serta keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Adapun penelitian yang telah dilakukan oleh Erik Nelson Sibuea dan Triana Ananda Rustam (2022) menemukan bahwa variabel harga serta kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli Sari Roti pada warung di sekitar Rumah Sakit Puri Husada, Kota Tembilahan. Dalam penelitian tersebut, kualitas produk menjadi variabel yang memberikan kontribusi pengaruh yang paling besar, yang selanjutnya diikuti oleh variabel harga dan promosi. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kualitas menjadi salah satu aspek utama yang dipertimbangkan konsumen ketika menentukan pilihan terhadap suatu produk. makanan siap konsumsi seperti Sari Roti.

Temuan yang berbeda diperoleh dari penelitian Puji Miranti dkk. (2024) yang membahas keputusan konsumen dalam membeli produk Sari Roti tawar melalui pada marketplace Shopee. Hasil penelitian tersebut memperlihatkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara variabel harga tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Hasil ini mengisyaratkan bahwa pada pembelian produk melalui saluran online, konsumen dapat lebih mempertimbangkan persepsi terhadap kualitas dibandingkan faktor

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Plagiarisme juga dilarang untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

harga. Pengalaman penggunaan produk dan ulasan konsumen dapat menjadi pertimbangan tambahan dalam menentukan pilihan pembelian.

Sementara itu, penelitian Abna Haniif Novel dkk. (2022) mengenai keputusan pembelian produk air mineral merek Aqua menunjukkan menunjukkan bahwa baik kualitas produk maupun harga secara bersama-sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Temuan penelitian tersebut semakin memperkuat bahwa kualitas dan harga memiliki keterkaitan dengan perilaku konsumen, terutama dalam memilih produk yang digunakan atau dikonsumsi dalam kehidupan sehari-hari. Dalam kondisi tersebut, konsumen umumnya mempertimbangkan kesesuaian antara manfaat yang diperoleh, kualitas produk, serta harga yang harus dibayarkan.

Berdasarkan ketiga penelitian terdahulu tersebut, dapat diketahui bahwa kualitas produk cenderung menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sementara itu, pengaruh harga menunjukkan hasil yang berbeda pada masing-masing penelitian, yang dapat dipengaruhi oleh karakteristik produk maupun media atau saluran distribusi yang digunakan. Kondisi tersebut menjadi dasar untuk melakukan kajian lebih lanjut mengenai peran kualitas produk dan harga dalam menentukan keputusan konsumen untuk membeli Sari Roti. Hal ini penting dilakukan karena Sari Roti merupakan produk yang termasuk dalam kebutuhan konsumsi sehari-hari, sehingga keputusan pembeliannya tidak hanya berkaitan dengan manfaat fungsional produk, tetapi juga dapat dipengaruhi oleh pertimbangan psikologis konsumen.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Berdasarkan ketiga penelitian terdahulu tersebut, dapat diketahui bahwa kualitas produk secara konsisten memiliki hubungan yang signifikan dengan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Sementara itu, peran harga dalam memengaruhi keputusan pembelian dapat menghasilkan temuan yang beragam bergantung pada karakteristik produk, kondisi konsumen, serta saluran distribusi yang digunakan. Adanya variasi temuan dari penelitian terdahulu tersebut menjadi salah satu dasar pertimbangan penting guna mengkaji secara lebih mendalam hubungan kualitas produk dan harga dengan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian Sari Roti. Hal ini menjadi relevan karena Sari Roti merupakan produk makanan yang dikonsumsi sehari-hari, sehingga konsumen dalam menentukan pilihan pembelian tidak semata-mata memperhatikan manfaat serta mutu produk, tetapi turut mempertimbangkan keselarasan harga dengan nilai yang diperoleh.

1.2 Rumusan Masalah

Dari Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah: Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sari Roti di Tembilahan?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sari roti di Tembilahan?

1.3.2 Manfaat Penelitian

Melalui dicapainya tujuan diatas Penelitian ini diharapkan mampu memberikan beberapa manfaat yang dapat diuraikan sebagai berikut:



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memperluas wawasan dan pemahaman mengenai serta sebagai saran mengembangkan ilmu teoritis dan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran serta dapat menjadi bahan referensi yang bermanfaat bagi pelaksanaan penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi media bagi penulis untuk menerapkan berbagai pengetahuan dan teori yang diperoleh selama menjalani proses pendidikan di perguruan tinggi. Di samping itu, pelaksanaan penelitian juga dapat menambah pengalaman serta melatih kemampuan penulis dalam menganalisis dan mencari solusi terhadap berbagai permasalahan yang terdapat di lingkungan masyarakat sebagai bekal sebelum memasuki dunia kerja.

2) Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan memperkaya pengetahuan yang berkaitan dengan topik penelitian, serta menjadi salah satu referensi yang dapat dipertimbangkan oleh peneliti berikutnya dalam melaksanakan penelitian pada masa mendatang.

3) Bagi Perusahaan

Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai informasi sekaligus bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam melakukan evaluasi serta meningkatkan kualitas dan inovasi produk agar lebih yang selaras dengan kebutuhan serta preferensi konsumen. Selain itu, hasil penelitian dapat dimanfaatkan sebagai pertimbangan dalam merumuskan kebijakan serta



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

menetapkan keputusan yang berkaitan dengan manajemen strategi pemasaran perusahaan.

1.4 Sistematika Penulisan

Agar pembahasan penelitian ini dapat dipahami secara lebih terstruktur, penulis menyajikan sistematika penulisan yang terdiri atas lima bab. Penjelasan mengenai isi dari setiap bab tersebut disajikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan landasan awal penelitian yang mencakup latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan berbagai konsep dan teori yang relevan serta menjadi dasar pendukung dalam pelaksanaan penelitian. Selain itu, bagian ini juga menyajikan hasil kajian penelitian sebelumnya yang relevan serta penjelasan mengenai variabel penelitian yang menjadi fokus dalam kajian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian, meliputi lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, serta metode analisis data yang digunakan untuk mengolah data penelitian.

BAB VI : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan dianalisis. Selanjutnya, hasil tersebut



dibahas dan diinterpretasikan berdasarkan teori serta penelitian terdahulu yang relevan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian penutup yang memuat kesimpulan berdasarkan hasil penelitian serta saran yang dapat diberikan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak terkait dan sebagai masukan untuk penelitian selanjutnya.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.