

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA,
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BAKPIA
JUWARA SATOE YOGYAKARTA**

SKRIPSI



**DISUSUN OLEH:
NOVIYANTI PUSPITA PUTRI
11211184**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2025

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA,
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BAKPIA
JUWARA SATOE YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



**DISUSUN OLEH:
NOVIYANTI PUSPITA PUTRI
11211184**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2025

HALAMAN PENGAJUAN

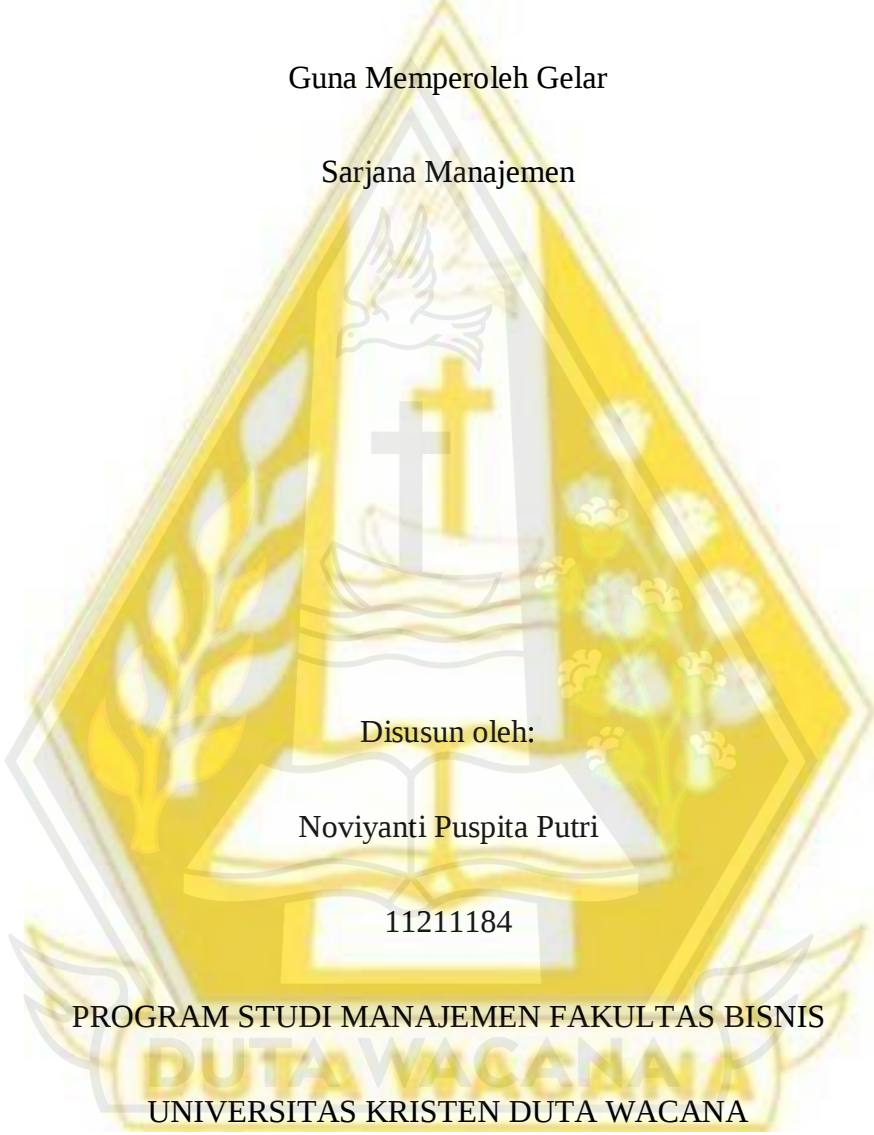
Diajukan kepada Dekan Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Syarat – syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



Disusun oleh:

Noviyanti Puspita Putri

11211184

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS
DUTA WACANA
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2025

PERNYATAAN PENYERAHAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Noviyanti Ruspita Putri
NIM/NIP/NIDN : 11211181
Program Studi : Manajemen
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakpia Juwara Sate Yogyakarta

dengan ini menyatakan:

- bahwa karya yang saya serahkan ini merupakan revisi terakhir yang telah disetujui pembimbing/promotor/reviewer.
- bahwa karya saya dengan judul di atas adalah asli dan belum pernah diajukan oleh siapa pun untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Kristen Duta Wacana maupun di universitas/institusi lain.
- bahwa karya saya dengan judul di atas sepenuhnya adalah hasil karya tulis saya sendiri dan bebas dari plagiasi. Karya atau pendapat pihak lain yang digunakan sebagai rujukan dalam naskah ini telah dikutip sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.
- bahwa saya bersedia bertanggung jawab dan menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku berupa pencabutan gelar akademik jika di kemudian hari didapati bahwa saya melakukan tindakan plagiasi dalam karya saya ini.
- bahwa Universitas Kristen Duta Wacana tidak dapat diberi sanksi atau tuntutan hukum atas pelanggaran hak kekayaan intelektual atau jika terjadi pelanggaran lain dalam karya saya ini. Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran dalam karya saya ini akan menjadi tanggung jawab saya pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Kristen Duta Wacana.
- menyerahkan hak bebas royalti noneksklusif kepada Universitas Kristen Duta Wacana, untuk menyimpan, melestarikan, mengalihkan dalam media/format lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), dan mengunggahnya di Repositori UKDW tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan pemilik hak cipta atas karya saya di atas, untuk kepentingan akademis dan pengembangan ilmu pengetahuan.

- g. bahwa saya bertanggung jawab menyampaikan secara tertulis kepada Universitas Kristen Duta Wacana jika di kemudian hari terdapat perubahan hak cipta atas karya saya ini.
- h. bahwa meskipun telah dilakukan pelestarian sebaik-baiknya, Universitas Kristen Duta Wacana tidak bertanggung jawab atas kehilangan atau kerusakan karya atau metadata selama disimpan di Repositori UKDW.
- i. mengajukan agar karya saya ini: *(pilih salah satu)*

- ☒ Dapat diakses tanpa embargo.
- ☐ Dapat diakses setelah 2 tahun.*
- ☐ Embargo permanen.*

Embargo: penutupan sementara akses karya ilmiah.

*Halaman judul, abstrak, dan daftar pustaka tetap wajib dibuka.

Alasan embargo *(bisa lebih dari satu)*:

- ☐ dalam proses pengajuan paten.
- ☐ akan dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional.**
- ☐ akan diterbitkan dalam jurnal nasional/internasional.**
- ☐ telah dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional ... dan diterbitkan dalam prosiding pada bulan ... tahun ... dengan DOI/URL ... ***
- ☐ telah diterbitkan dalam jurnal ... dengan DOI/URL artikel ... atau vol./no. ... ***
- ☐ berisi topik sensitif, data perusahaan/pribadi atau informasi yang membahayakan keamanan nasional.
- ☐ berisi materi yang mengandung hak cipta atau hak kekayaan intelektual pihak lain.
- ☐ terikat perjanjian kerahasiaan dengan perusahaan/organisasi lain di luar Universitas Kristen Duta Wacana selama periode tertentu.
- ☐ Lainnya (mohon dijelaskan)

**Setelah diterbitkan, mohon informasikan keterangan publikasinya ke repository@staff.ukdw.ac.id.

***Tuliskan informasi kegiatan atau publikasinya dengan lengkap.

Yogyakarta, ...

Mengetahui,

Tanda tangan & nama terang pembimbing
NIDN/NIDK 024E170

Yang menyatakan,

Tanda tangan & nama terang pemilik karya/penulis
NIM 11211181

Noviyanti Puspita Putri

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Dengan Judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA,
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BAKPIA
JUWARA SATOE YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh :

NOVIYANTI PUSPITA PUTRI

11211184

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Dan dinyatakan **DITERIMA** untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada Tanggal 19 Juni 2025

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dra. Umi Murtini, M.Si.
(Ketua Tim Penguji)
2. Jonathan Herdioko S.E., M.M.
(Dosen Penguji)
3. Dr. Singgih Santoso, M.M.
(Dosen Pembimbing)



Yogyakarta, 26 Juni 2025
Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Perminas Pangeran, SE., M.Si


Dr. Elok Pakaryaningsih, S.E., M.Si

DUTA WACANA

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA,
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BAKPIA
JUWARA SATOE YOGYAKARTA**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagai syarat untuk menjadi Sarjana pada Progran Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagai mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini dalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya,

Yogyakarta, 28 Mei 2025



Noviyanti Puspita Putri

11211184

DUTA WACANA

HALAMAN MOTTO

In the Name Of Jesus Christ

“Yesus Kristus tetap sama, baik kemarin maupun hari ini dan sampai selama-lamanya” **(Ibrani 13:8)**

“Aku tahu, bahwa Engkau sanggup melakukan segala sesuatu dan tidak ada rencana-Mu yang gagal” **(Ayub 42:2)**

“Janganlah takut, karena Akulah sertamu! Janganlah engkau bimbang, karena Akulah Allahmu; Aku menguatkan dikau, lagi Aku menolong engkau, lagi Aku memapah engkau dengan tangan kanan kebenaran-ku. Jangan takut, sebab Aku menyertaimu, jangan cemas, sebab Aku Allahmu” **(Yesaya 41:10)**

“Tidak perlu meratapi apa pun yang sudah terjadi.
Cukup perbaiki diri agar tidak melakukan kesalahan yang sama lagi”

(Pak Sumaryanto Petrus)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa hormat dan syukur, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan nasihat, dukungan, dan bantuan selama penyusunan skripsi ini, sehingga penulisan dapat berlangsung dengan lancar hingga tuntas.

1. Kepada Tuhan Yesus dan Bunda Maria yang senantiasa menjadi sumber kekuatan, pengharapan, kedamaian hati dan pikiran dalam setiap proses kehidupan yang saya jalani. Segala pencapaian buah kasih dan penyertaannya ditengah kelemahan diri dan keraguan.
2. Kepada Papa Sumaryanto Petrus dan Mama Sri Yanti orang tua tercinta yang selalu setia mendampingi dengan doa, dukungan tanpa syarat, serta kasih sayang pengorbanan yang tak ternilai, Terimakasih atas kepercayaan yang telah diberikan atas izin merantau dari kalian.
3. Kepada Keluarga besar yang senantiasa memberikan semangat dan kehangatan dalam setiap langkah perjuangan perkuliahan.
4. Kepada Dosen pembimbing Bapak Dr. Singgih Santoso, MM. yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan membimbing penulis melalui arahan, masukan, serta ilmu yang sangat berharga.
5. Kepada Bapak Edy Nugroho Widihantoro, M.Sc yang telah membantu dalam proses pengolahan data di dalam skripsi ini.
6. Kepada senior alumni UKDW Khususnya kak Theowoda Devictor Chaezaldeliph Boboy S.M dan kak Romika Sinaga S.M yang telah memberikan motivasi, bantuan, arahan, serta semangat kepada penulis.

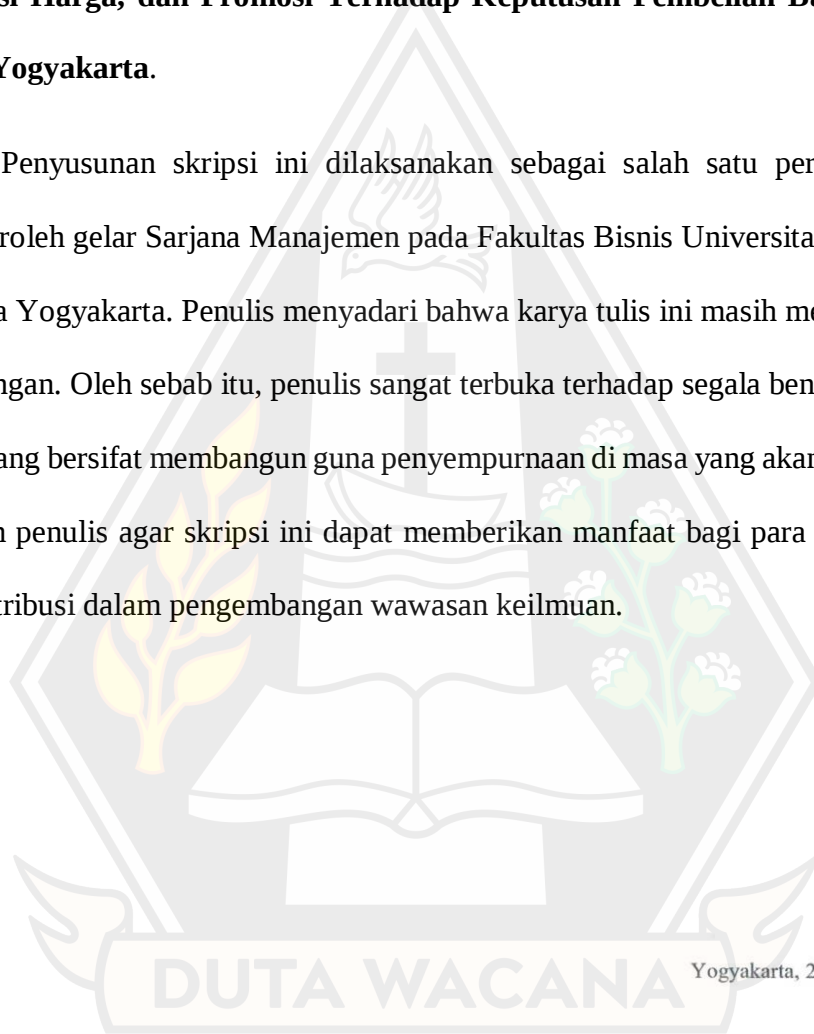
7. Kepada Filipus Fajar Febri Budianto, S.Pd., yang senantiasa hadir dengan ketulusan, sabar menemani setiap proses penulis, tak pernah lelah memberikan dukungan, pengertian, dan keyakinan saat penulis ragu, serta menghadirkan ketenangan dalam setiap suka dan duka sepanjang proses penyusunan skripsi ini, penulis sangat bersyukur bisa melewati semuanya denganmu.
8. Kepada senior alumni UKDW Khususnya Theowoda Devictor Chaezaldeliph Boboy S.M dan Romika Sinaga S.M yang telah memberikan motivasi, bantuan, arahan, serta semangat kepada penulis.
9. Kepada Febryan, Levina, Anna, Stefya, Amanda, Mikha, Loise, Maria, Tracy, Jeje, Erigka yang selalu memberikanl semangat, motivasi, membantu dan saling mendukung selama proses penyusunan skripsi ini.
10. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan angkatan 2021, terima kasih atas kebersamaan, perjuangan, dan semangat berbagi ilmu selama menempuh perkuliahan hingga masing-masing menjalani proses akhir studinya.
11. Kepada diri saya sendiri, terimakasih telah bertahan sejauh ini. Telah melalui hari-hari yang tidak selalu mudah, tetap melangkah meski sering merasa lelah dan ragu. Saya bangga karena tidak menyerah, dan terus percaya bahwa semua ini layak diperjuangkan.

Akhir kata, semoga Tuhan yang Maha Esa membalas semua kebaikan pihak yang telah membantu saya dalam proses penyusunan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas limpahan rahmat, kasih, serta penyertaannya yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta.**

Penyusunan skripsi ini dilaksanakan sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa karya tulis ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh sebab itu, penulis sangat terbuka terhadap segala bentuk kritik serta saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan di masa yang akan datang. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca serta berkontribusi dalam pengembangan wawasan keilmuan.



Yogyakarta, 28 Mei 2025

Penulis

Noviyanti Puspita Putri

11211184

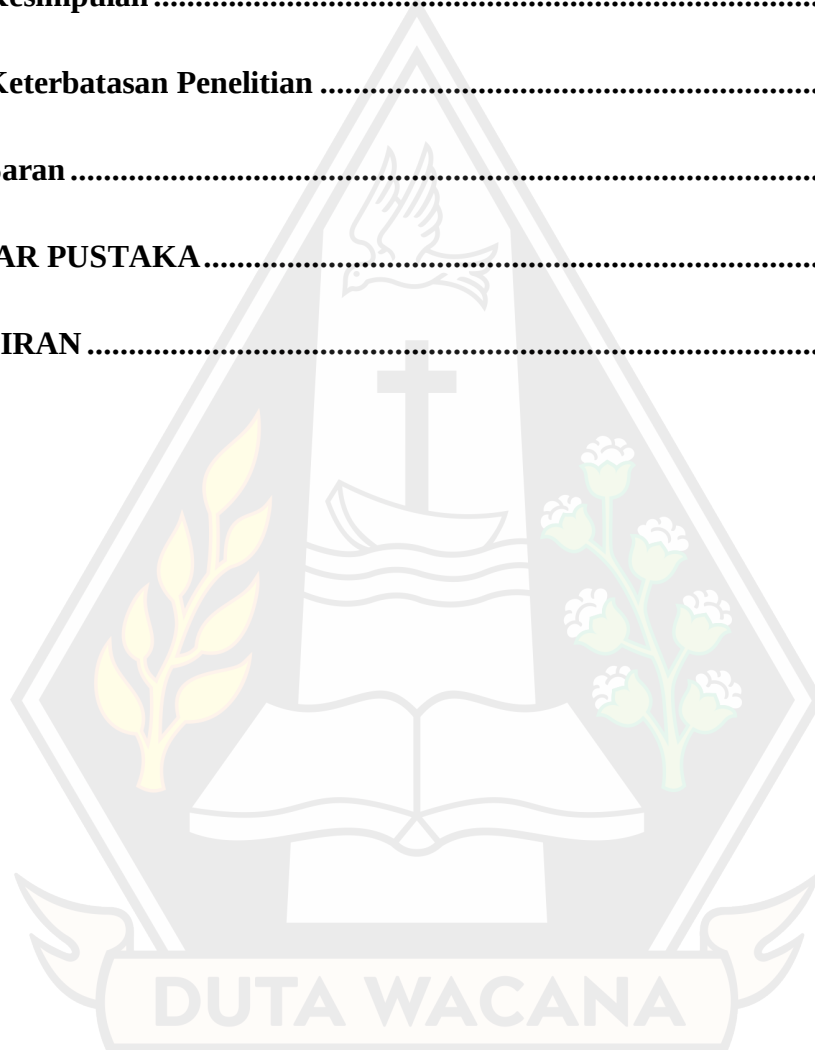
DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1Latar Belakang	1
1.2Rumusan Masalah	3
1.3Tujuan Penelitian	4
1.4Manfaat Penelitian	4
1.5Batasan Penelitian	5
1.6Variabel Penelitian	5

BAB II	6
LANDASAN TEORI.....	6
2.1Definisinya Menurut Para Ahli.....	6
2.1.1 Kualitas Produk	6
2.1.2 Citra Merek	7
2.1.3 Persepsi Harga	9
2.1.4 Promosi	11
2.1.5 Keputusan Pembelian	14
2.2Penelitian Terdahulu	16
2.3Kerangka Penelitian	18
2.4 Pengembangan Hipotesis Penelitian	18
BAB III.....	22
METODE PENELITIAN	22
3.1 Desain Penelitian	22
3.2 Variabel dan Makna Operasional Variabel	22
3.2.1 Variabel	22
3.2.2 Makna Operasional Variabel	23
3.3 Populasi dan Sampel.....	24
3.3.1 Populasi	24
3.3.2 Sampel	24
3.4 Lokasi dan waktu penelitian	24

3.4.1 Lokasi	24
3.4.2 Waktu dan penelitian.....	24
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.5.1 Jenis Data	25
3.5.2 Sumber Data.....	25
3.6 Uji Instrumen Penelitian	25
3.6.1 Uji Validitas.....	25
3.6.2 Uji Realiabilitas	26
3.6.3 Analisis Deskriptif	26
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda	27
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	28
3.6.6 Uji F	28
3.6.7 Uji Parsial (t)	29
BAB IV	30
ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Analisis Deskriptif (Gambaran Responden).....	30
4.2 Output Uji Validitas.....	35
4.3 Output Uji Reliabilitas	36
4.4 Output Uji Regresi Linear Berganda	37
4.5 Output Koefisien Determinasi (R^2)	39
4.6 Output Uji Simultan (F)	39

4.7 Output Uji Parsial (t).....	40
4.8 Pembahasan	42
BAB V.....	46
KESIMPULAN DAN SARAN.....	46
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Keterbatasan Penelitian	47
5.3 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN	53



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Potensi Bakpia di Daerah Istimewa Yogyakarta	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Makna Operasional Tabel	23
Tabel 4.1 Gender	30
Tabel 4.2 Usia Responden	31
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden	31
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	32
Tabel 4.5 Domisili Responden	33
Tabel 4.6 Pengeluaran Perbulan Responden	33
Tabel 4.7 Pengguna Aktif Media Sosial	34
Tabel 4.8 Alasan Membeli produk “Bakpia Juwara Satoe”	34
Tabel 4.9 Output Uji Validitas	36
Tabel 4.10 Output Uji Reliabilitas	36
Tabel 4.11 Output Uji Regresi Linear Berganda	37
Tabel 4.12 Output Koefisien Determinasi (R^2)	39
Tabel 4.13 Output Uji Simultan F	40
Tabel 4.14 Output Uji Parsial Uji T	41

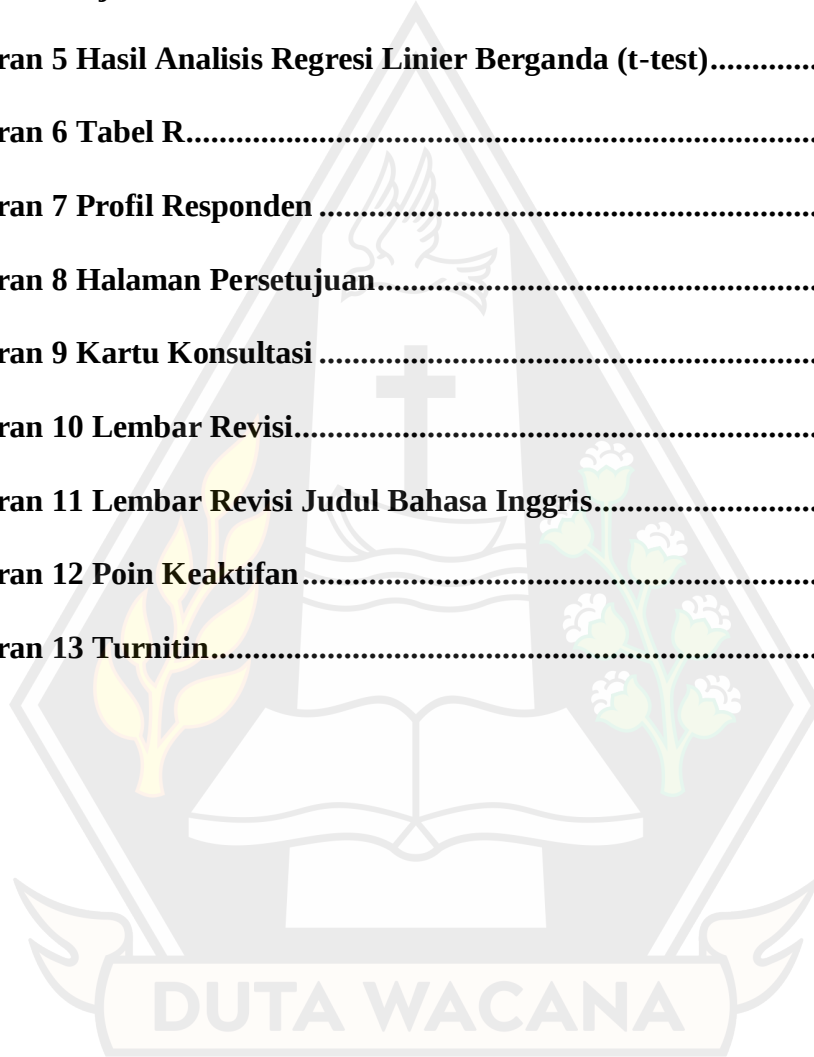
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	18
--------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Responden.....	53
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	55
Lampiran 3 Jawaban Profil Responden	56
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas	58
Lampiran 5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda (t-test).....	60
Lampiran 6 Tabel R.....	62
Lampiran 7 Profil Responden	62
Lampiran 8 Halaman Persetujuan.....	66
Lampiran 9 Kartu Konsultasi	67
Lampiran 10 Lembar Revisi.....	68
Lampiran 11 Lembar Revisi Judul Bahasa Inggris.....	69
Lampiran 12 Poin Keaktifan	69
Lampiran 13 Turnitin.....	70



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA,
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BAKPIA
JUWARA SATOE YOGYAKARTA**

Noviyanti Puspita Putri

11211184

**Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta**

Email : noviputri151103@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan guna menguji pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, serta Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta. Penelitian ini tergolong sebagai studi kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam studi ini sebanyak 122 responden ditentukan melalui pendekatan *non-probability* sampling dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data yang diterapkan meliputi regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), uji F simultan, serta uji t parsial. Proses analisis dilaksanakan memakai perangkat lunak statistik SPSS versi 25.

Pada riset ini, variabel bebas mencakup Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, dan Promosi, sedangkan variabel terikatnya adalah Keputusan Pembelian. Secara bersamaan, keempat variabel independen memperlihatkan jika pengaruh positif terhadap keputusan pembelian Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta, namun secara terpisah hanya Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga yang memberikan dampak signifikan, sedangkan Promosi tidak menunjukkan pengaruh signifikan meskipun bernilai positif.

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, promosi, dan Keputusan Pembelian

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, PRICE PERCEPTION, AND PROMOTION ON PURCHASING DECISIONS OF BAKPIA JUWARA SATOE YOGYAKARTA

Noviyanti Puspita Putri

11211184

Management Study Program, Faculty of Business

Duta Wacana Christian University

Email : noviputri151103@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of Product Quality, Brand Image, Price Perception, and Promotion on Purchasing Decisions of Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta. This research is classified as a quantitative study. The sample used in this study was 122 respondents determined through a non-probability sampling approach with purposive sampling technique. The data analysis methods applied include multiple linear regression, coefficient of determination (R^2), simultaneous F test, and partial t test. The analysis process was carried out using SPSS version 25 statistical software.

In this research, the independent variables include Product Quality, Brand Image, Price Perception, and Promotion, while the dependent variable is Purchase Decision. Together, the four independent variables show a positive influence on the purchasing decision of Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta, but separately only Product Quality, Brand Image, and Price Perception have a significant impact, while Promotion does not show a significant influence despite its positive value.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Price Perception, Promotion, and Purchasing Decisions.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Yogyakarta dikenal sebagai kota pariwisata, karena banyak sekali tempat wisata seperti Malioboro, Taman Sari, Kraton, Gunung Merapi, Pantai Parangtritis, Candi Prambanan. Destinasi wisata ini menjadi daya pikat pengunjung domestik maupun manca negara untuk berkunjung ke Yogyakarta. Untuk wisatawan domestik bisa kita lihat banyak sekolah-sekolah yang mengadakan *study tour* ke Yogyakarta setiap tahunnya. Tidak hanya itu banyak juga keluarga-keluarga yang berlibur ke Yogyakarta ketika libur panjang tiba sebagai contoh, ketika libur sekolah dan libur hari raya. Maka tidak heran jika wisatawan berkunjung ke Yogyakarta dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Ketika berkunjung ke Yogyakarta kurang pas rasanya jika tidak membeli oleh-oleh khas dari Yogyakarta untuk dibawa pulang dan dibagikan kepada saudara dan tetangga. Dari sekian banyak oleh-oleh khas Yogyakarta, Bakpia masih menjadi primadona dikalangan para wisatawan untuk dijadikan sebagai oleh-oleh. Meningkatnya wisatawan yang membeli Bakpia menyebabkan banyaknya Bakpia yang ada di Yogyakarta sehingga persaingan semakin ketat. Industri Bakpia di Yogyakarta tersebar di 5 kabupaten atau kota di DIY, yakni Kabupaten Kulon Progo, Gunung Kidul, Bantul, Sleman serta Kota Yogyakarta (Berutu, 2017) Potensi bakpia di DIY disuguhkan pada tabel 1.1

Tabel 1.1 Potensi Bakpia di Daerah Istimewa Yogyakarta

No	Daerah	Unit Usaha (Unit)	Tenaga Kerja (Orang)	Nilai Investasi (Juta)	Kapasitas Produksi (Buah)	Nilai Produksi (Juta)
1	Sleman	23	157	119.721	227.586	1.922.979
2	Kota Yogyakarta	68	453	393.85	1.717.847	7.756.143
3	Bantul	19	201	652.275	325.122	2.997.454
4	Kulonprogo	12	41	47.249	154.277	556.079
5	Gunungkidul	4	26	28.621	110.568	50.169

Sumber: Disperindagkop DIY dalam Susanto, 2012

Tabel 1.1 menunjukkan banyaknya industri atau pabrik tempat pembuatan Bakpia di Yogyakarta. Kota Yogyakarta menduduki posisi pertama dengan 68 industri atau pabrik tempat pembuatan Bakpia. Maka dari itu, bukan suatu hal yang sederhana bagi wisatawan untuk memutuskan pembelian Bakpia, karena banyak sekali jenis-jenis Bakpia yang dijual secara umum.

Bermacam-macam Bakpia Yogyakarta salah satunya yaitu Bakpia Juwara Satoe. Bakpia Juwara Satoe sangat menarik dikarenakan produk baru namun mampu bersaing dengan produk bakpia dari pabrik lainnya. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya wisatawan yang membeli produk Bakpia Juwara Satoe. Bakpia Juwara Satoe berawal dari PT. Pia Juwara Satoe membangun Pabrik Bakpia di daerah Berbah, Kalasan, Sleman pada tahun 2018. Kemudian hasil produksi pabrik Bakpia tersebut diberi nama Bakpia Juwara Satoe. Awalnya pabrik ini hanya memproduksi Bakpia

kering saja, tetapi pada tahun 2021 karena banyaknya peminat dan permintaan akhirnya juga memproduksi Bakpia basah. Walaupun masih tergolong baru Bakpia Juwara Satoe Mampu menarik ketertarikan pengunjung, baik dari kalangan domestik ataupun mancanegara. Indikasinya terlihat dari bertambahnya gerai yang tersebar di berbagai lokasi Bakpia Juwara Satoe di wilayah Yogyakarta, diantaranya yaitu outlet yang berada di “Jl. Supadi (Kota Baru), Jl. Jend. Sudirman, Jl. Urip Sumoharjo, Jl. Raya Solo, Jl. Magelang dan masih banyak lagi”. Perkembangan outlet ini dapat terjadi karena banyaknya peminat Bakpia Juwara Satoe. Meningkatnya peminat secara terus menerus dikarenakan Bakpia Juwara Satoe memproduksi Bakpia dengan menggunakan mesin canggih yang dapat menjaga cita rasa yang khas, konsisten dan pastinya keheginisan Bakpia. Tidak hanya itu Bakpia Juwara Satoe juga dipacking secara individu dengan menggunakan mesin untuk menjaga kebersihan produk. Packing yang digunakan juga didesain sedemikian unik dan menarik, sehingga wisatawan tertarik untuk membelinya. Tidak hanya kemasan yang menarik tapi cita rasa yang khas dan pas menjadikan wisatawan ingin kembali membelinya. Selain itu, produk Bakpia Juwara Satoe juga sudah dapat dibeli melalui *platform online*, untuk memudahkan para penikmat Bakpia Juwara Satoe yang ada diluar kota untuk membelinya. Hal ini juga sebagai langkah awal untuk semakin memperluas jangkauan pasar dan membuat Bakpia Juwara Satoe dikenal lebih banyak orang lagi.

1.2 Rumusan Masalah

- a) Apakah Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta?
- b) Apakah Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta?

- c) Apakah Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta?
- d) Apakah Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

- a) Menguji pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta
- b) Menguji pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta
- c) Menguji Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta
- d) Menguji Promosi terhadap Keputusan Pembelian Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta

1.4 Manfaat Penelitian

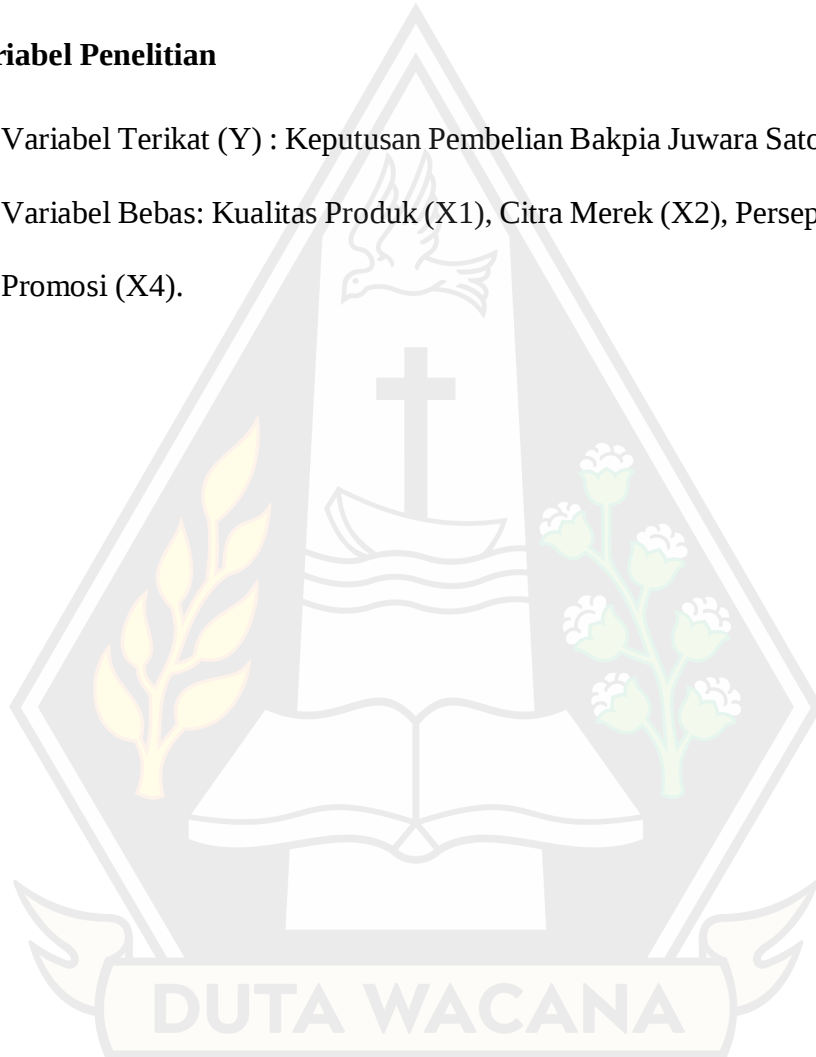
- a) Peneliti: Mampu mengidentifikasi serta menilai tingkat pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi dalam Keputusan Pembelian Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta
- b) Perusahaan: Melalui penelitian ini, dinantikan dapat membagikan masukan baik serta memberikan masukan yang berguna sebagai bahan evaluasi dalam upaya meningkatkan penjualan produk melalui faktor Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga serta Promosi.
- c) Masyarakat: Menjadi acuan bagi para wisatawan ketika ingin membeli oleh-oleh Bakpia dengan Kualitas yang terbaik di Yogyakarta.

1.5 Batasan Penelitian

Masalah yang dikaji dalam kajian yang harus dibatasi sehingga penelitian tidak terlalu meluas dan dapat terarah. Penelitian ini memfokuskan pada pengaruh: Kualitas produk, Citra Merek, Persepsi Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta.

1.6 Variabel Penelitian

- a) Variabel Terikat (Y) : Keputusan Pembelian Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta.
- b) Variabel Bebas: Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2), Persepsi Harga (X3), Promosi (X4).



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berlandaskan hasil sudah dilaksanakan tentang pengaruh kualitas produk, citra merek, persepsi harga, serta promosi terhadap keputusan pembelian Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta beserta berbagai uji sampel yang dikumpulkan dengan keseluruhan responden yang sudah pernah membeli Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta, mayoritas responden pada penelitian ini yaitu gender perempuan, pada banyak rentan usia 17-25 tahun, tingkat pendidikan terbanyak yang dimiliki responden yaitu SMA, dengan sebagian besar pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa, sebagian besar responden berdomisili di Yogyakarta, dengan pengeluaran perbulan terbanyak berada pada kisaran > Rp 2.000.000- Rp 3.000.000, *platform* digital paling banyak digunakan oleh responden yaitu instagram, alasan utama responden yang banyak untuk membeli bakpia Juwara Satoe yaitu karena memiliki produk yang rasanya enak.

Analisis Hasil Uji

a) Hasil Linear Berganda

1. Variabel kualitas produk memiliki hubungan positif dan searah dengan keputusan pembelian, serta berpengaruh secara signifikan. Artinya, semakin baik kualitas produk seperti rasa yang enak, bahan baku yang aman dan berkualitas, daya tahan produk, serta tampilan yang menarik — maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian terhadap produk Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta.
2. Variabel citra merek memiliki hubungan yang positif dan searah dengan keputusan pembelian, serta berpengaruh secara signifikan. Hasil ini

menunjukkan bahwa semakin baik citra merek Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta seperti memiliki reputasi yang baik, citra yang sesuai dengan kualitas produk, serta dikenal luas oleh masyarakat sehingga mudah diingat dan dipercaya konsumen. Maka semakin meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk tersebut.

3. Variabel persepsi harga memiliki hubungan yang positif dan searah terhadap keputusan pembelian, serta berpengaruh secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap harga yang ditawarkan oleh Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta seperti harga yang terjangkau, sebanding dengan kualitas, sesuai dengan manfaat produk, serta kompetitif dibandingkan pesaing maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk tersebut.
4. Variabel promosi memiliki arah hubungan yang positif dan searah terhadap keputusan pembelian, namun pengaruhnya tidak signifikan. Meskipun promosi telah dilakukan melalui iklan di media sosial, menyampaikan pesan yang informatif, serta menawarkan diskon secara berkala, upaya tersebut belum tentu mampu mendorong konsumen secara langsung untuk mengambil keputusan pembelian terhadap produk Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Berdasarkan temuan penelitian ini, variabel promosi tidak menampilkan pengaruh yang signifikan pada keputusan pembelian. Oleh sebab itu, hasil ini bersifat kontekstual dan hanya merepresentasikan kondisi responden dalam studi ini bukan guna digeneralisasi secara luas.

2. Metode pengumpulan data diterapkan pada penelitian melalui membagikan kuesioner, sehingga memunculkan keterbatasan dalam interaksi antara peneliti dan responden. Oleh karena itu, ada potensi kesalahpahaman yang terjadi yang dialami responden dalam memahami pertanyaan kuesioner.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil data analisis yang diperoleh serta simpulan yang ada, maka didapatkan saran yang disampaikan pada penelitian berikutnya yaitu:

1. Saran bagi Perusahaan:
 - a) Kualitas produk berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian bakpia Juwara Satoe Yogyakarta, sehingga perusahaan disarankan untuk terus menjaga konsistensi mutu produk dan melakukan peningkatan secara berkelanjutan, baik dari segi rasa, tampilan, maupun ketahanan produk, guna memperkuat kepuasan dan loyalitas konsumen serta mempertahankan keunggulan di tengah persaingan pasar.
 - b) Citra merek berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian bakpia Juwara Satoe Yogyakarta, sehingga perusahaan disarankan untuk terus memperkuat citra mereknya dengan meningkatkan reputasi dan persepsi positif di kalangan konsumen. Hal ini dapat dicapai dengan meningkatkan visibilitas merek melalui promosi yang konsisten, memanfaatkan ulasan positif dari pelanggan, dan menjaga kualitas produk agar selalu sesuai dengan citra baik yang telah terbentuk, sehingga Bakpia Juwara Satoe tetap menjadi pilihan utama konsumen.
 - c) Persepsi harga berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian bakpia Juwara Satoe Yogyakarta, sehingga perusahaan disarankan untuk

mempertahankan harga yang kompetitif serta sebanding pada kualitas produk, serta memperkuat komunikasi yang jelas mengenai nilai dan manfaat Bakpia Juwara Satoe, guna meningkatkan daya tarik dan kepuasan konsumen, serta memperkuat posisi merek di pasar yang semakin kompetitif.

- d) Promosi berdampak tidak signifikan terhadap keputusan pembelian bakpia Juwara Satoe Yogyakarta sehingga perusahaan disarankan untuk mengevaluasi dan mengembangkan strategi promosi yang lebih efektif dalam memengaruhi keputusan pembelian, karena meskipun promosi dinilai positif oleh konsumen, dampaknya terhadap keputusan pembelian masih belum signifikan.

2. Saran kepada peneliti selanjutnya:

- a) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan guna melaksanakan inovasi pada memperbanyak variabel independen lainnya berpotensi mempengaruhi keputusan pembelian.
- b) Bagi peneliti berikutnya, penting untuk mempertimbangkan metode distribusi kuesioner melalui *Google Form* secara lebih selektif, guna memastikan bahwa responden yang menjawab benar-benar relevan dan memberikan jawaban yang valid.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsi, A. (n.d.). Langkah-Langkah Uji Validitas Realibilitas n Denga n Menggunakan SPSS, Validitas Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan Spss. 2021, 1–8.
- Berutu, F. D. (2017). Branding Strategy Perusahaan Bakpia di Daerah Istimewa 'Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, IV(1), 69–84.
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 5(1), 61–75.
- Darmawan, D. (2019). Kualitas Produk , Kesadaran Merek dan Harga serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pendahuluan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(2), 75–88. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jab.v8i2.25267>
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(1), 17–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.20527/jwmthemanagementinsightjournal.v7i1.75>
- Ernawati, Reni Dwi, Bernadin, A., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi , Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 200–218. <https://doi.org/https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2>.
- Fadila Islami Nisa, Puti Hanifah Marslaa, & Geraldo Afrinandi. (2025). Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk , dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Restoran Mcdonald ' s (Studi Kasus pada Mahasiswa Kota Padang di Masa Boikot). *Jurnal Pustaka Aktiva*, 5(1), 27–33.
- Kustianti, D. D. N. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Kartu Seluler Telkomsel. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(1), 83–92.
- Novia Tri Wulandari, Sri Nuringwahyu, D. Z. (2021). Pengaruh citra merek, kualitas produk, promosi, dan harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada Konsumen Kafe Om Kopi, JL. Mt. Haryono No.208 Dinoyo, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 10(2), 94–100.
- Nurani, A. T., Setiawan, A., & Susanto, B. (2023). Perbandingan Kinerja Regresi Decision Tre e dan Regresi Linear Berganda untuk Prediksi BMI pada Dataset Asthma. *Jurnal Sains Dan Edukasi Sains*, 6(1), 34–43. <https://doi.org/https://doi.org/10.24246/juses.v6i1p34-43>

- Primadani, R. L. E. (2024). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap minat beli produk tupperware di surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(2).
- Putra, J. C., & Talumantak, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Kenangan Kota Kasablanka. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), 26–39.
- Rachdiansyah, I., & Tesmanto, J. (2014). Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Produk Beserta Peramalan Penjualannya (Studi Kasus pada PT. Askototama Inti Nusantara). *Jurnal Manajemen & Bisnis Aliansi*, 85–94.
- Salsabila, A., & Maskur, A. (1902). Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek , Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi Pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang) Abstrak. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(c), 156–167. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1902>
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)* (Cet. 21, Vol. 5, Issue 2). CV. Alfabeta.
- Supriyani, R., & Faroh, W. N. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Xavier Marks Gading Serpong. *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*, 3(4), 810–819. <https://doi.org/10.32493/jism.v3i4>
- Supriyatna, Y. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Produk Yamaha Mio di Kota Cilegon). *Jurnal Sains Manajemen*, 6(1), 36–50.
- Susanti, R., & Damayanti, R. W. (2024). Pengaruh harga, produk, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian bakpia juwara satoe di yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 298–314. <https://doi.org/https://doi.org/10.62017/jemb.v2i1.2158>
- Ubaidillah, W., & Suyono. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Merek Xiaomi di Universitas Trunojoyo Madura). *Competence: Journal of Management Studies*, 17(1), 40–53.
- Vanessa May, Nurmaidah Ginting, Devin Cahyadi, Billie Kristiawan, & Emma Novirsari. (2024). Pengaruh Promosi Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Honda Idk. *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, 5(2), 262–270.

Wahyuni, M. (2020). *Statistik Deskriptif untuk Penelitian Olah Data Manual dan SPSS Versi 25* (Pertama). Bintang Pustaka Madani Yogyakarta.

Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Devrianya, A., Wijayanti, D. R., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian* (Pertama). CV SCIENCE TECHNO DIRECT PERUM KORPRI.

Zahrah Fadhilah Herlianti dan Sri Setya Handayani. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, dan Promosi pada Keputusan Pembelian Produk Azarine. *IDEI: JURNAL EKONOMI & BISNIS*, 4(1), 12–22. <https://doi.org/10.38076/ideijeb.v4i1>.

