

TINJAUAN ATAS FAKTOR HARGA DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM MIE AYAM SIDO MAMPIR.

Kahla Riza Abdullah
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan
Email : kahla_riza@yahoo.co.id

ABSTRACT

Currently, the number of SMEs in the culinary field continues to increase. Various products are created to meet the needs and desires of consumers. Sido Mie Mampir come as a SMEs that meet the needs of the community by serving Mie Ayam as the main product that became one of the favorite foods of the people of Indonesia.

The purpose of this research is to know the pricing method used in Mie Ayam Sido Mampir, to determine the factors that influence consumer purchasing decisions, and to determine whether the price becomes a factor in consumer purchasing decisions.

MSME of Mie Ayam Sido Mampir uses a pricing method that is guided by the market leader. MSMEs experienced a fairly intense price change, but it does not have a big influence on the sale of Mother Chicken Sido Mampir.

The findings of this research is MSME Mie Ayam Sido Mampir must maintain the consistency of taste, improve responsiveness to the employees, add more variants of Mie Chicken, and use accounting system recording for more detailed inventory and sales data.

Keywords: price

ABSTRAK

Saat ini, jumlah UMKM dalam bidang kuliner terus meningkat. Beragam produk diciptakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Mie Ayam Sido Mampir hadir sebagai UMKM yang memenuhi kebutuhan masyarakat dengan menyajikan Mie Ayam sebagai produk utama yang menjadi salah satu makanan favorit masyarakat Indonesia.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui metode penetapan harga yang digunakan di Mie Ayam Sido Mampir, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, dan mengetahui apakah harga menjadi faktor dalam keputusan pembelian konsumen.

UMKM Mie Ayam Sido Mampir menggunakan metode penetapan harga yang berpedoman pada pemimpin pasar. UMKM ini mengalami perubahan harga yang cukup intens, tetapi hal tersebut tidak memiliki pengaruh besar pada penjualan produk Mie Ayam Sido Mampir.

Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa UMKM Mie Ayam Sido Mampir harus tetap menjaga konsistensi rasa, meningkatkan *responsiveness* terhadap para karyawan, menambah varian Mie Ayam lebih banyak, dan menggunakan sistem pencatatan akuntansi untuk data persediaan dan penjualan.

Kata kunci : harga