

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
( Studi Kasus Pada Konsumen Kafe OM.KOPI di Kota Malang )**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen.**

**Oleh:**

**MAYANTYA DIANINGTYAS**

**NPM : 21601081350**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JURUSAN MANAJEMEN**

**2020**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Kafe Om. Kopi di Kota Malang, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen baik yang datang secara langsung maupun tidak langsung di Kafe Om. Kopi Kota Malang. Sampel yang diambil sebanyak 94 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda yang diolah dengan software SPSS16.0. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Sementara itu, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh, tetapi tidak signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Dan, Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian

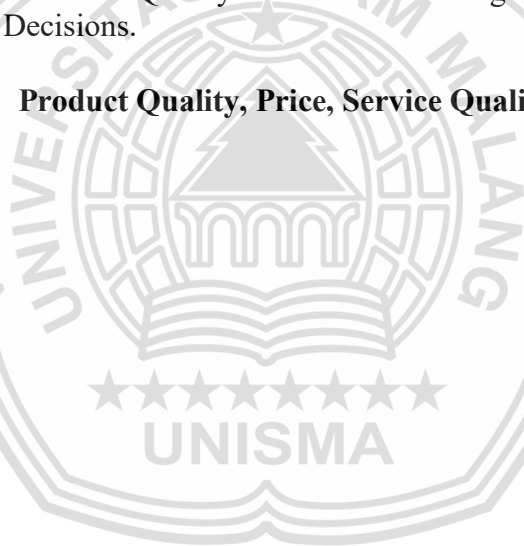
**Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian.**



## ABSTRACT

The research a purpose to knowing and analyze Product Quality, Price, and Service Quality to Purchasing Decisions on consumers cafes Om.Kopi in Malang city both partially and simultaneously. This research uses Explanatory Research with a quantitative approach. The population in this research consumers both coming directly and indirectly at the café Om.Kopi Malang city. Samples taken as many as 94 respondents. The sampling technique used was Purposive Sampling. Data were analyzed using multiple linear regression analysis processed with SPSS 16.0 software. Data collection methods used were questionnaire and interview. The results showed that the Quality of the Products effect has an significant partially to Purchasing Decisions. Meanwhile, Price and Service Quality has an effect, but insignificant partially on Purchasing Decisions. And, Product Quality, Price, and Service Quality has an effect significant simultaneous to Purchasing Decisions.

**Keywords: Product Quality, Price, Service Quality, and Purchasing Decisions**



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di era globalisasi yang disertai dengan semakin canggihnya teknologi, menjadikan bisnis berkembang sangat pesat dan persaingan menjadi ketat, hal ini membuat para konsumen dapat dengan mudah untuk memutuskan pembelian dari harga yang murah hingga mahal, disertai dengan kualitas produk maupun kualitas pelayanan yang dapat membuat para konsumen sangat puas. Para wirausaha saat ini dituntut untuk membuat para konsumen sebagai orientasi utama, dengan memberikan kuantitas maupun kualitas yang bagus, sehingga membuat para konsumen tersebut betah di tempat tersebut dan dapat membuat keputusan pembelian untuk membeli suatu produk selanjutnya. ★★★★★★

Menurut Kotler (2005:49), “ Kualitas Produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat ” . Sedangkan Menurut Kotler dan Armstorng ( 2001: 339), “ Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa.. Atau diartikan, harga adalah jumlah nilai konsumen untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut ”

Menurut Tjiptono (2014: 268), “ Definisi Kualitas Pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen ” Sedangkan Menurut Kotler (2007:223), “ Keputusan Pembelian merupakan tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk ”

Kota Malang sering dijuluki kota pendidikan, kota budaya, kota bunga, dan kota pariwisata. Selain itu Kota Malang juga dikelilingi oleh beberapa pegunungan yang membuat udara di Kota Malang ini menjadi sejuk dan dingin. Sehingga membuat pelaku usaha membuat bisnis untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, hanya sekadar hobi, maupun guna untuk memberikan manfaat untuk orang lain. Mayoritas di Kota Malang ini hampir semua masyarakat membuat usaha secara sendiri maupun kolektif. Dengan berbagai tempat yang strategis maupun yang asyik untuk spot foto.

Kota Malang mempunyai beberapa ragam bidang bisnis, mulai dari bisnis kuliner, bisnis properti ,dan lain-lain. Tapi paling sering diminati ialah bisnis kafe, bisnis kuliner, maupun yang sekarang yang lagi diminati oleh kalangan muda adalah kafe *shop*. Bisnis kafe maupun bisnis kuliner sangat berkembang pesat pada akhir-akhir ini, sehingga para pelaku usaha dalam bersaing maupun berbisnis dengan tujuan untuk mengutamakan kepuasan konsumen dengan memberikan kualitas produk,

harga,maupun kualitas pelayanan yang baik, dan para konsumen dapat memberikan keputusan pembelian yang selanjutnya.

Sekarang lagi digemari saat ini adalah bisnis kafe maupun bisnis kuliner, di Kota Malang pun bisnis kafe ini sudah tidak bisa terhitung lagi. Semua memberikan tempat dan kenyamanan yang berbeda-beda, yang membuat para konsumen betah untuk nongkrong dan mengobrol dengan teman-teman, ataupun keluarga. Dengan spot foto yang berbeda-beda pula, mulai dari bangunan yang tempo doloe maupun yang sudah modern. Adapun beberapa bisnis kafe dan bisnis kuliner di Kota Malang yang banyak diminati oleh para konsumen, antara lain:

**Tabel 1.1. Kafe di Kota Malang**

No	Nama Kafe	Alamat
1.	Java Dancer <i>Coffe</i>	Jl. Majapahit No 2. Kota Malang
2.	Bukit Delight	Jl. Joyo Agung No 1. Kota Malang
3.	Paddy City Resort	Jl. Regulus No 9. Kota Malang
4.	Akalpa <i>Coffe</i>	Jl. Terusan Dieng No 67. Kota Malang
5.	Eiskaffe	Jl. Sigura – gura No 17. Kota Malang
6.	Omah Wijih Kawih	Jl. Dilem No 7. Kota Malang
7.	Kopi Studio 24	Ruko Semanggi Timur kav 8B.Jl. Soekarno Hatta. Kota Malang.
8.	Cokelat Klasik Dieng	Jl. Dieng No 33 Kota Malang
9.	Monopoli Kafe dan Resto	Jl. Merbabu No 21. Kota Malang

Sumber : [www.jejakpiknik.com](http://www.jejakpiknik.com)

Dari tabel 1.1 diatas merupakan beberapa kafe dan restoran yang sering dikunjungi oleh para konsumen. Karena dalam keputusan pembelian konsumen tidak hanya untuk memberi respon yang positif terhadap produk yang ditawarkan, melainkan juga melalui kualitas

produk, harga, dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu kafe atau restoran tersebut.

Kafe yang paling banyak diminati oleh kalangan muda pada saat ini adalah di Kafe Om.Kopi. Kafe Om.Kopi merupakan cafe yang menyediakan berbagai minuman kopi, maupun bukan kopi dengan berbagai macam makanan maupun *snack* lainnya. Kafe Om.Kopi ini beralamatkan di Jalan MT. Haryono No 208. Kafe Om.Kopi ini baru buka pada tahun 2019 dan sudah mempunyai banyak peminatnya. Sehingga semua kalangan dapat dengan mudah memberikan keputusan pembelian secara cepat melalui kualitas produk, harga, maupun kualitas pelayanannya.

Berdasarkan fenomena dan teori yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul. **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian” (Studi Pada Konsumen di Kafe Om Kopi di Kota Malang).**

## 1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di Kafe Om.Kopi ?
2. Apakah Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian di Kafe Om.Kopi ?

### 1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Kafe Om.Kopi.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di Kafe Om.Kopi

### 1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan dan tujuan di atas, maka manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai analisis pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. (Studi kasus pada konsumen Kafe Om.Kopi di Kota Malang )

#### 2. Manfaat Praktis.

- a. Bagi Perusahaan, dapat menjadikan masukan dan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.
- b. Bagi Pembaca, dapat digunakan sebagai sumber informasi dan menambah pengetahuan tentang analisis pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian yang dilakukan tentang Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Kafe Om. Kopi di Kota Malang, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Sementara itu, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh, tetapi tidak signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Kafe Om. Kopi di Kota Malang.
2. Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Kafe Om. Kopi di Kota Malang.

#### 5.2. Keterbatasan

1. Variabel yang digunakan hanya Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap keputusan pembelian, sehingga menghasilkan nilai *R square* sebesar 0,115 (11,5%), sedangkan 88,5% dipengaruhi oleh variabel lain
2. Responden yang digunakan hanya sejumlah 94 responden.

### 5.3. Saran.

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian dan kesimpulan diatas, maka adapun saran yang diberikan sebagai berikut:

#### 1. Bagi Kafe Om. Kopi

- a. Kafe Om. Kopi dapat mempertahankan Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan yang sudah berjalan dengan baik.
- b. Kafe Om. Kopi diharap untuk selalu meningkatkan Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan yang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen, sehingga konsumen dapat melakukan keputusan pembelian yang berulang.
- c. Kafe Om. Kopi dapat memberikan diskon kepada konsumen agar konsumen tersebut merasa puas.

#### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya.

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti dengan menambahkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.
- b. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambahkan objek lain dengan tujuan untuk memperkuat hasil penelitian yang dilakukan tentang Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan. 2008. *Marketing*. Media Utama. Yogyakarta
- Aulia, Siti. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Depot Pak Qomar Surabaya)*. Jurnal Pendidikan Tata Boga. Vol 3-No 3.
- Arikunto, S.2010. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Prakti*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armstrong, Gary & Philip, Kotler.2012.*Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan.Jakarta:Penerbit Prenhalindo.
- Assauri, Sotjan.2009.*Manajemen Pemasaran:Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Assauri, Sotjan.2015. *Manajemen Pemasaran:Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bayu, Swastha 2007. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- C. Mowen, John & Michael Minor.2002. *Perilaku Konsumen*.Jakarta :Erlangga
- Dewi, Aprillia R.2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian di Djawi LanBistro Coffe dan Resto Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Boga. Vol 3-No3.
- Djaslim Saladin.2003. *Manajemen Pemasaran*. Bandung. Linda Karya
- Ghozali, Imam.2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat: Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam.2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam.2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Edisi 7
- Husein, Umar.2005. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

- Husein, Umar.2008. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kotler, Philip.2000, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo.
- Kotler, Philip.2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Edisi Kesebelas. Alih Bahasa benyamin molan. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip dan Gary, Armstrong, 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Imam Nurnawan. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip.2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 12. Jilid 1. Jakarta : Pt Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, & Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, dkk. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Meiyanto, Agung S dan Prabawani, Bulan.2017.*Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Kafe Salwa House Sirojudin Semarang)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip. Vol 6- No 1.
- Rafi, Mohammad dan Budiatmo, Agung.2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Kafe Mom Milk Semarang*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Vol 7- No 4.
- Ratnasari, R.T & Aksa, M.H.2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Ratnasari, R.T & Aksa, M.H.2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Sinta, Dewi.2018. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian( Studi pada Konsumen Ayam Goreng Nelongso cabang JL.Soekarno Hatta Malang)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya. Vol 6- No 2.
- Sugiyono.2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Afabeta.
- Sugiyono.2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.

- Sugiyono.2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono.2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.2012.*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.2013.*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.2014.*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)* Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono.2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)* Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono.2017.*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta
- Singarimbun & Effendi.2005. *Metode Penelitian Survey*, Pustaka LPJES. Indonesia.
- Tjiptono, Fandy.2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy.2011. *Pemasaran Jasa*, Bayumedia. Malang
- Tjiptono, Fandy.2012. *Pemasaran Strategic*. Yogyakarta.,ANDI.
- Tjiptono,Fandy.2014. *Pemasaran Jasa*. Gramedia Cawang. Jakarta