



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Kasus Pada Cafe Ruang Singgah Malang)

SKRIPSI

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

Oleh :

ABDUN ZAKI

NPM. 21601081368



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

2023

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Café Ruang Singgah Kota Malang). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Café Ruang Singgah Kota Malang. Sebanyak 100 orang sedangkan sampel dalam penelitian ini menggunakan Nonprobability Sampling/Sampling jenuh yaitu semua populasi dijadikan sample sebanyak 100 Konsumen Café Ruang Singgah Kota Malang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara, studi dokumentasi, observasi, dan angket. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F), dan Koefisien Determinasi. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara langsung Pengaruh Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dan pada Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Café Ruang Singgah Kota Malang).

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of Service Quality and Product Quality on Purchasing Decisions (Study at the Singgah Room Café in Malang). The approach used in this study is an associative approach. The population in this study were Consumers of the Malang City Shelter Café. A total of 100 people while the sample in this study used Nonprobability Sampling/Sampling saturation, namely all populations were used as a sample of 100 Consumers in the Ruang Singgah Café in Malang City. Data collection techniques in this study used interview techniques, documentation studies, observations, and questionnaires. Data analysis techniques in this study used Multiple Linear Regression Tests, Hypothesis Tests (T Test and F Test), and the Coefficient of Determination. The results of this study prove that the direct influence of service quality and product quality has a effect on purchasing decisions and on Product Quality has no effect on Purchasing Decisions (study at the Ruang Singgah Café in Malang).

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan dunia usaha pada saat ini semakin meningkat tajam. Perkembangan dunia usaha disaat sekarang menjadikan para pelaku usaha untuk mencari strategi yang tepat dalam mengembangkan aktivitas usahanya, agar dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Para pelaku usaha perlu mencermati lebih jauh perilaku konsumen untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Pentingnya dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian pada dasarnya merupakan proses penyelesaian masalah. Proses dalam keputusan pembelian yang dilakukan oleh masing-masing individu didasari oleh keinginan dan kebutuhan individu itu sendiri. Keputusan pembelian merupakan suatu sikap dimana seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah diyakini akan memuaskan dirinya sendiri dan bersedia akan menanggung resiko yang mungkin akan terjadi (Kotler, dkk 2014). Beberapa pertimbangan yang perlu dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian, seperti kualitas pelayanan dan kualitas produk.

Kualitas pelayanan merupakan suatu aktivitas, atau kepuasan yang diberikan dengan cara membandingkan persepsi bagi setiap konsumen atas pelayanan yang didapatkan serta pelayanan yang diinginkan terhadap atribut pelayanan suatu perusahaan (Tjiptono, F. 2011). Selain itu, keputusan konsumen untuk membeli suatu produk ditentukan berdasarkan kualitas produk. Kualitas produk adalah salah satu aset perusahaan untuk mampu bertahan dalam dunia usaha. Apabila kualitas

produk yang diinginkan oleh para konsumen tidak dapat terpenuhi, maka konsumen akan berpindah ke produk yang lebih berkualitas sesuai dengan yang diharapkan. Perusahaan yang tidak memperdulikan kualitas produknya harus bersedia menanggung ketidaksetiaan konsumen terhadap produk tersebut sehingga menyebabkan penjualan dari produk tersebut mengalami penurunan (Merentek, Y. F., dkk, 2017).

Kualitas pelayanan yang baik dan kualitas produk yang terjamin akan memberikan tingkat kepercayaan konsumen untuk menentukan pembelian produk yang diinginkan. Keputusan merupakan suatu perilaku untuk memilih dua pilihan alternatif atau lebih. Konsumen yang hendak memilih harus memiliki alternatif pilihan yang sesuai dengan keinginan. Keputusan dari konsumen adalah suatu pengintegrasian yang dapat memberikan pengetahuan untuk membuat evaluasi dari dua perilaku alternatif atau lebih dan memilih dari salah satu diantara barang yang dipilih (Situmorang, E. D. B., dkk, 2019).

Indonesia sendiri banyak terdapat pelaku usaha salah satunya di kota Malang. Malang merupakan salah satu kota besar yang ada di provinsi Jawa Timur. Malang dikenal dengan kota pendidikan, banyak mahasiswa yang berasal dari daerah yang berbeda-beda untuk kuliah di kota Malang, dengan banyaknya jumlah mahasiswa yang kuliah di kota Malang, banyak para pelaku usaha dalam mengambil peluang dan kesempatan untuk membuka usaha di kota Malang.

Bisnis dibidang cafe merupakan jenis usaha yang marak dan banyak ditawarkan di kota Malang dan jumlah pesaingnya juga cukup banyak. Maka dari

itu, pengusaha cafe harus dapat memunculkan ide-ide kreatif dan unik dan terus menerus melakukan improvisasi dan inovasi untuk menarik banyak konsumen dan mempertahankan konsumennya. Para pengusaha dibidang cafe ini juga dituntut untuk dapat menampilkan menu-menu minuman dan makanan yang harus bervariasi, agar semakin banyak peminatnya. Para pemilik bisnis harus mampu menyiapkan strategi yang baik agar dapat membangun rasa antusias konsumen dan dapat menyenangkan hati konsumen, sehingga hal ini dapat membuat konsumen menjadi terkesan. Hal ini dilakukan agar dapat meraih keunggulan yang kompetitif terhadap para pesaing lainnya. Semakin banyaknya persaingan bisnis yang ada, terutama pada persaingan perusahaan yang serupa, menjadikan perusahaan semakin dituntut agar mampu bergerak lebih cepat dalam menarik banyak konsumen. Oleh karena itu, perlu adanya penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi untuk menyelesaikan masalah yang telah dipaparkan diatas sehingga para pelaku usaha cafe bisa berkompetitif terhadap kompetitor lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah dijelaskan oleh peneliti, maka perumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Cafe Ruang Singgah Malang ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Cafe Ruang Singgah Malang ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang dijelaskan maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Ruang Singgah Malang.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Cafe Ruang Singgah Malang.

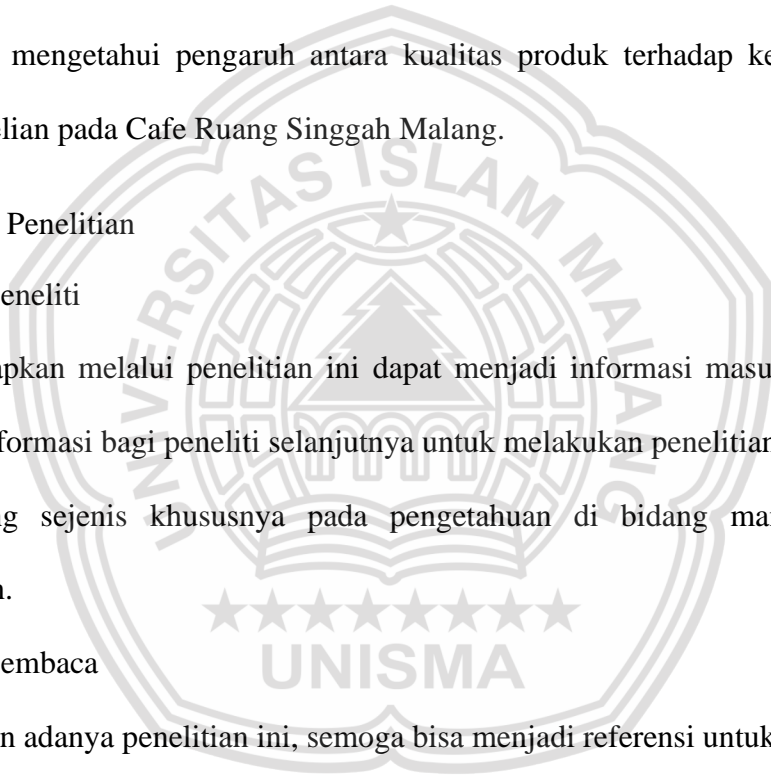
1.3.2 Manfaat Penelitian

1) Bagi peneliti

Diharapkan melalui penelitian ini dapat menjadi informasi masukan dan sumber informasi bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan topik yang sejenis khususnya pada pengetahuan di bidang manajemen pemasaran.

2) Bagi pembaca

Dengan adanya penelitian ini, semoga bisa menjadi referensi untuk menambah ilmu mengenai keputusan pembelian dan bisa dijadikan kajian pustaka untuk penelitian selanjutnya.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dan memiliki tujuan untuk mengetahui terdapat pengaruh atau tidak dari variabel penelitian yaitu: kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di café Ruang Singgah. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 konsumen, kemudian telah dianalisa. Berdasarkan data yang telah diuji dan dikumpulkan dengan menggunakan model analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan, dapat kesimpulan bahwa:

1. Terdapat pengaruh pada variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) pada café Ruang Singgah.
2. Tidak ada pengaruh pada variabel kualitas produk (X2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) pada café Ruang Singgah.
3. Pada kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini mempunyai keterbatasan antara lain:

1. Dalam proses pengambilan data dan informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang terdapat perbedaan pemikiran dan pemahaman yang berbeda dari tiap responden.
2. Masih terdapat beberapa responden yang tidak lengkap mengisi kuesioner

dan beberapa responden yang mengisi kuesioner dengan tidak serius.

5.3 Saran

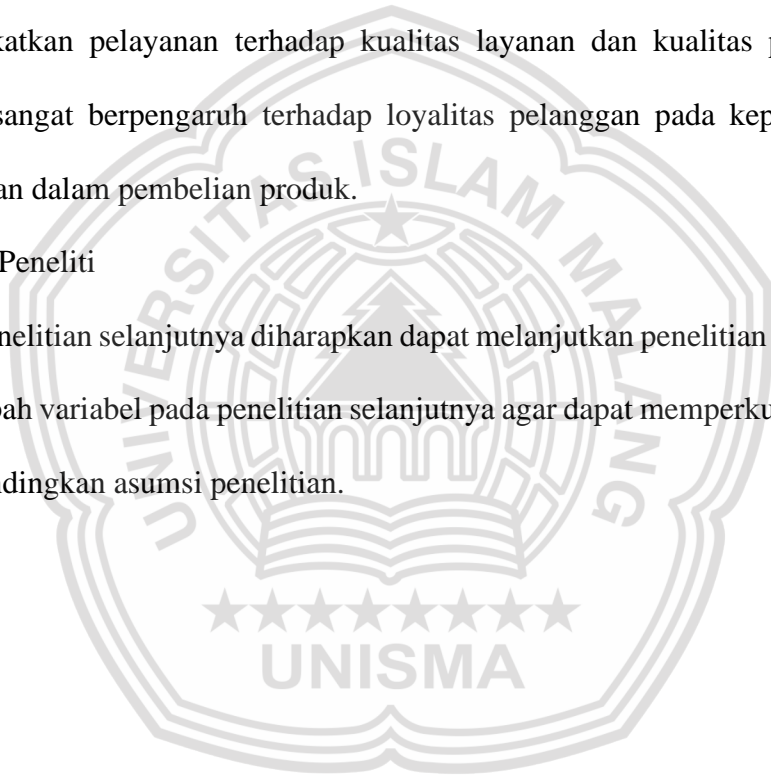
Mengenai penelitian yang telah dilakukan dapat ditemukan beberapa saran yang didasarkan pada hasil temuan antara lain:

1. Kepada Café Ruang Singgah

Diharapkan pihak café Ruang Singgah dapat mempertahankan serta meningkatkan pelayanan terhadap kualitas layanan dan kualitas produk karena sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada keputusan pelanggan dalam pembelian produk.

2. Kepada Peneliti

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan penelitian ini dan menambah variabel pada penelitian selanjutnya agar dapat memperkuat atau membandingkan asumsi penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

- Afnina. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*. 9(1) 21-30.
- Amrullah, A., Siburian, P. S., & Zainurossalamia, S. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *KINERJA*, 13(2), 99-118.
- Anggraeni, D. P., Kumadji, S., & Sunarti, D. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 37(1).
- Astuti, H. J. 2012. Analisis Kepuasan Konsumen (Servqual Model dan Important Performance Analysis Model). *Media Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, 7(1).
- Bilgieas, A. F. 2016. Peran Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare Clinic Sidoarjo. *EkoNika*. 1(1) 78-90.
- Claudya, S dan Komariah, N. S. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Air RO Di KER-RO Bekasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen (JIAM)*. Vol. 17, No. 2, 115-124.

- Fure, F., Lopian, J., & Taroreh, R. 2015. Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di J.Co Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1).
- Imron, I. 2019. Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19-28.
- Kasmir. 2017. “Analisis Laporan Keuangan”, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kotler, P. and Keller, K. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1 dan 2. Terjemahan: Drs. Benyamin Molan, Jakarta : Indeks
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, 2014, *Principles of Marketin*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Maiza, F., Sutardjo, A., & Hadya, R. 2022. Pengaruh Kualitas dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian konsumen Pada Toko Nazurah Hijab Di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Matua*.4(2) Hal 375-386.
- Merentek, Y. F., Lopian, J., & Soegoto, A. S. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada KFC Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3).

- Pratama, S. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang (Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA).
- Rafi, M., & Budiarmo, A. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Kafe Mom Milk Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 160-166.
- Rambat Lupiyoadi. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 158
- Riyono, & Budiharja, G. E. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*, ISSN : 2252-826, 8(2), 92–121.
- Safitri, N. A. 2016. Peran Promosi Dan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderating Dalam Keputusan Pembelian Jasa Kantor Pos Kota Palangka Raya. *Jurnal Al-Qardh*, Vol. 1, No.6. 61-77.
- Santosa, A. T. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan E-Wom Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House Of Mozaru Paris Van Java, Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 148-158.
- Saputri, D. J., & Hutagalung, M. A. K. 2021. Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

- Pada Gerai Alfatih. *Jurnal Al-Qasd Islamic Economic Alternative*, 2(2), 105-116.
- Sari, R. M., & Prihartono. 2021. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5, 1171-1184.
- Sari, V. A. & Suryoko, S. 2017. Pengaruh Harga, Kualitas Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Teh Botol Sosro (Studi Pada Mahasiswa S1 FISIP UNDIP). *Diponegoro University Journal Of Social And Politic*.
- Situmorang, E. D. B., Gultom, R., Nadapdap, K., & Sihite, M. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Amanda Brownies. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 6(1), 38-49.
- Soenawan, A. D., Malonda, E. S., & Aprilia, A. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D'Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 3(2), 395-409.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukamawati, Rina. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Café Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Sulaeman, A., Komarudin., and Rahayu, S. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Motor Kawasaki Pada PT. Kawansakti Adhisejahtera Bintaro Tangerang Selatan. Jurnal ARASTIRMA Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen UNPAM. Vol.1, No.1: 68 - 75

Tjiptono, F. 2011. Pemasaran Jasa, Bayumedia.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. "Service, Quality & satisfaction", Yogyakarta. Andi.

Zeithaml, V.A. Bitner, Mary J. Gremler, Dwayne D. 2003. Service Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm, International Edition, 3th Edition. New York : Mc Graw Hill Companies. Inc.

