

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN  
SUASANA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
PADA TOKO BANGUNAN CAHAYA BULAN DI MALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

**Dita Putri Alistin**

**21901081249**



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

**2025**

### ABSTRACT

*This research aims to determine the influence of service quality, product quality and shop atmosphere on consumer purchasing decisions at the Cahaya Bulan building shop in Malang. The method used is descriptive research analysis with quantitative data types. The sample in this research consisted of 100 respondents with the technique used in this research being purposive sampling. The research results show that service quality, product quality and store atmosphere have a significant influence on purchasing decisions. Service quality has a significant influence on purchasing decisions. Product quality has a significant influence on purchasing decisions. Store atmosphere has a significant influence on purchasing decisions.*

**Keywords:** *service quality, product quality, store atmosphere, and purchasing decisions*



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan suasana toko terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko bangunan Cahaya Bulan Di Malang. Metode yang digunakan adalah analisis penelitian deskriptif dengan jenis data kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan teknik yang digunakan dalam penelitian ini *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, kualitas produk dan suasana tokoberpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Suasana Toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** kualitas layanan, kualitas produk, suasana toko, dan keputusan pembelian



## BAB I

### PENDAHULUAN

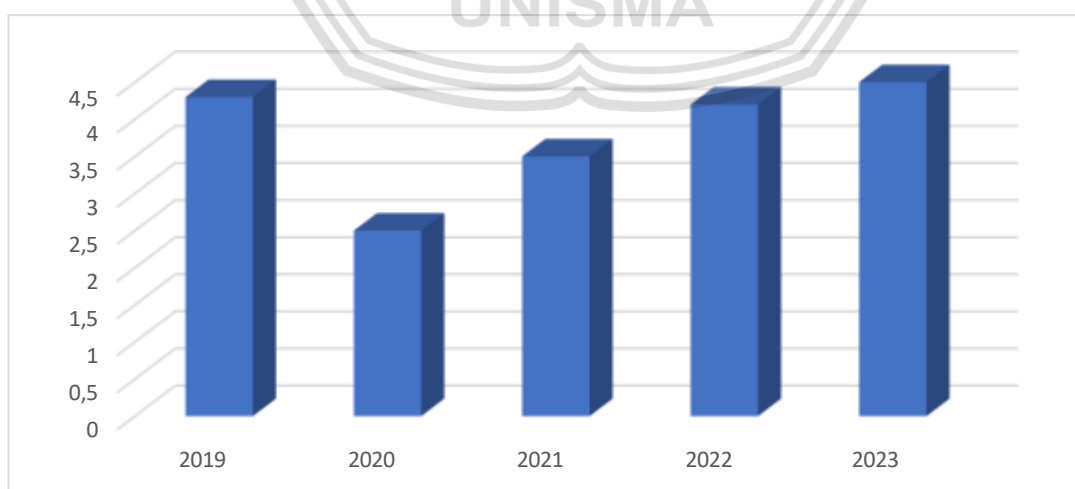
#### 1.1 Latar Belakang

Di zaman modern seperti sekarang ini, sejumlah industri bisnis yang berbeda sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat. Semakin ketatnya persaingan bisnis membuat perusahaan dituntut untuk mencari alternatif-alternatif dalam menarik konsumen. Setiap perusahaan pasti menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk. Salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen. pengambilan keputusan dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam menarik pembeli, dan selain itu juga dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar perusahaan. Pada dasarnya semakin banyaknya pesaing pada usaha retail, akan dapat memudahkan konsumen untuk memilih toko yang sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen menurut (Bangsawan, 2018)

Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya sama, namun hal tersebut akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan, dan gaya hidupnya. Menurut Didin Kurniadin dan Imam Machali (2016) keputusan adalah hasil pemecahan masalah yang dihadapinya dengan tegas. Hal ini berkaitan dengan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan mengenai apa yang dilakukan dan seterusnya

mengenai unsur perencanaan. Terutama, keputusan itu dibuat untuk menghadapi masalah-masalah atau kesalahan yang terjadi terhadap rencana yang telah digariskan atau penyimpangan serius terhadap rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Nuraeni, (2018) menjelaskan bahwa bisnis properti sangat diminati masyarakat sebagai akibat dari peluang yang diberikannya untuk memenuhi kebutuhan perumahan individu. Bisnis yang bergerak di bidang pengembangan bangunan, seperti perumahan, apartemen, hotel, tempat wisata ini pada umumnya bersifat jangka panjang dan akan bertumbuh sejalan dengan ekonomi serta diyakini sebagai investasi yang menjanjikan. Seiring dengan pertambahan jumlah penduduk serta bertambahnya kebutuhan manusia akan tempat tinggal, perkantoran, pusat perbelanjaan, taman hiburan dan lain lain menjadikan bisnis ini merupakan sektor yang banyak menarik minat investor untuk menginvestasikan dananya.

**Gambar 1. 1 Pertumbuhan Industri *Real Estate* (Properti, 2019 – 2023)**



Sumber Data Industri *Research*

Pada 2019, kinerja sektor *industry* properti mengalami pertumbuhan yang positif. Sedangkan 2020 kinerja sektor *industry* properti mengalami penurunan dikarenakan *covid-19*. Setelah mengalami penurunan kinerja sektor *industry* properti mengalami pertumbuhan kinerja tahunan (*year on year*) sektor industri properti (*real estate*) sampai 2023, juga tumbuh positif. Kinerja pertumbuhan yang positif ini melanjutkan kinerja tahun tahun sebelumnya yang juga positif.

Semakin ketatnya persaingan pasar yang ada, terutama persaingan yang berasal dari pasar *modern* sejenis, membuat perusahaan di bidang properti semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen, sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya, dalam usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep pemasaran, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing (Amirudin, 2020).

Menurut (Tjiptono, 2018) keputusan pembelian adalah suatu proses pengenalan masalah oleh konsumen yang dilanjutkan dengan pencarian informasi mengenai produk atau merk tertentu yang dianggap dapat menyelesaikan masalahnya dan mengevaluasinya terlebih dahulu yang kemudian mengarah pada keputusan pembelian. Perilaku keputusan

pembelian konsumen lebih berfokus pada proses pembelian barang dan jasa yang dilakukan oleh konsumen akhir baik secara sendiri maupun rumah tangga yang digunakan untuk penggunaan secara pribadi. Dalam penelitian ini variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, tetapi peneliti hanya berfokus pada ketiga faktor yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, dan suasana toko

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan membuat perusahaan dituntut untuk mencari alternatif-alternatif dalam hal menarik konsumen. Kualitas pelayanan merupakan suatu tingkatan kemampuan (*ability*) dari perusahaan dalam memberikan semua yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Kualitas pelayanan sangat perlu diperhatikan oleh perusahaan sebab lewat kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan sesuai dengan harapan konsumen sehingga perusahaan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut (Rudyanata, dkk, 2021), bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah dan Setiyarini, (2021), Sopiyan, (2022) dan Putri dkk, (2022).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas produk. Menurut Ely, (2021) kualitas produk merupakan sebuah totalitas yang memiliki karakteristik produk atau jasa dapat memiliki

kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang akan dinyatakan implisit. Kualitas produk sendiri terdapat ikatan dengan keputusan pembelian karena dengan mempunyai barang yang ada kualitas merupakan tindakan yang menciptakan suatu keberhasilan pada perusahaan dalam menjalankan kegiatan perusahaan dengan terjadinya penjualan yang meningkat.

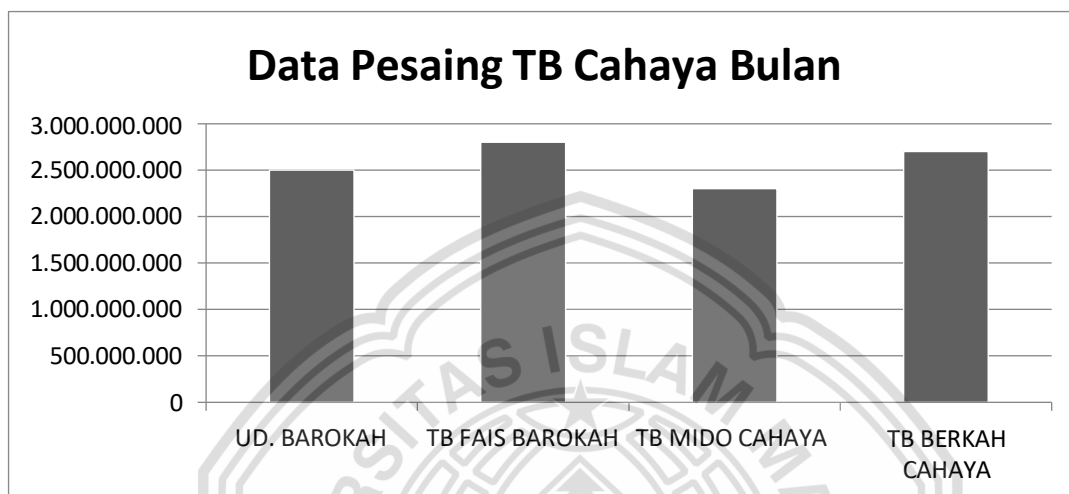
Keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh suasana toko. Suasana toko yang nyaman menjadi pertimbangan tersendiri bagi konsumen sebelum memutuskan untuk datang ke toko tertentu. Bahkan tidak sedikit konsumen yang lebih memilih membeli dengan alasan menyukai *atmosphere* dari toko yang bersangkutan. Menurut Fatmawati dan Soliha, (2017) mengartikan pengambilan keputusan adalah sistem mengvaluasi dan memilih berbagai pilihan berdasarkan kepentingan atau kebutuhan tertentu yang menguntungkan bagi konsumen. Kotler dan Armstrong (2016) yang di ambil dari penelitian Ariadi, (2019) memberikan penjelasan bahwa keputusan pembelian yakni studi tentang bagaimana individu kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

**Tabel 1. 1 Data Pesaing TB Cahaya Bulan**

| No. | Nama Perusahaan  | Alamat                     | Omzet Penjualan (Rp/tahun) |
|-----|------------------|----------------------------|----------------------------|
| 1   | UD. Barokah      | Jl. KH Malik Dalam, Buring | Rp 2.500.000.000           |
| 2   | TB. Fais Barokah | Jl. KH Malik Dalam, Buring | Rp 2.800.000.000           |
| 3   | TB. Mido Cahaya  | Jl. Parseh, Bumiayu        | Rp 2.300.000.000           |

| No. | Nama Perusahaan   | Alamat                     | Omzet Penjualan (Rp/tahun) |
|-----|-------------------|----------------------------|----------------------------|
| 4   | TB. Berkah Cahaya | Jl. KH Malik Dalam, Buring | Rp 2.700.000.000           |

Sumber: TB. Cahaya Bulan (2023)



Keempat dari perusahaan pesaing yang ada, perusahaan Toko bangunan Cahaya Bulan adalah usaha dagang yang memiliki produk bermacam-macam dan media promosi yang baik. Namun selain Toko bangunan Cahaya Bulan perusahaan-perusahaan pesaing lainnya harus tetap diperhatikan dan mereka mempunyai keunggulan masing-masing untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya. Toko bangunan Cahaya Bulan juga harus berkompetisi dengan pesaing-pesaingnya yang ada di Kecamatan Kedungkandang.

Toko bangunan Cahaya Bulan merupakan salah satu toko bahan bangunan di Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti pada Toko Bangunan tersebut selaku pengelola dari Toko bangunan Cahaya Bulan, beliau menyampaikan

bahwa tingkat penjualan dari tahun 2020-2022 mengalami kenaikan sebesar 3%. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1. 2 Data Penjualan TB Cahaya Bangunan (2020-2023)**

| No. | Tahun | Jumlah Penjualan  |
|-----|-------|-------------------|
| 1.  | 2020  | Rp. 3.420.000.000 |
| 2.  | 2021  | Rp. 3.540.000.000 |
| 3.  | 2022  | Rp. 3.750.000.000 |

Sumber: Hasil wawancara, 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa usaha di toko bangunan Cahaya Bulan memiliki nilai ekonomi yang bagus dan menawarkan berbagai keperluan konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik. Pihak toko bangunan Cahaya Bulan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen karena hal tersebut sangat berpengaruh bagi konsumen untuk memilih produk yang ditawarkan. Toko bangunan Cahaya Bulan juga mengusung berbagai merek ternama yang bisa dibeli oleh masyarakat umum.

Dengan menyadari adanya informasi dan data yang ada, maka peneliti memilih Toko Bangunan Cahaya Bulan sebagai obyek penelitian, dengan maksud untuk mengetahui seperti apa kualitas pelayanan, suasana toko dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Bangunan Cahaya Bulan. Penulis memilih judul ini karena adanya minat yang kuat untuk mendalami masalah yang terjadi di lapangan, khususnya terkait dengan kualitas pelayanan publik pada kantor kelurahan. Dalam observasi awal, penulis menemukan bahwa kualitas pelayanan kepada masyarakat sering kali menjadi sorotan dan kritik. Hal ini menumbuhkan

rasa ingin tahu mendalam pada penulis untuk memahami lebih jauh apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, bagaimana persepsi masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan, serta sejauh mana pihak kelurahan sudah berupaya memenuhi standar pelayanan publik.

Selain itu, penulis memiliki ketertarikan pribadi terhadap bidang administrasi publik, khususnya yang menyangkut interaksi langsung antara pemerintah dan masyarakat. Topik ini dirasa relevan dan penting, karena pelayanan publik yang baik akan berdampak langsung pada kesejahteraan masyarakat serta membentuk citra positif pemerintah di mata publik. Penulis juga terdorong oleh harapan bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam bentuk rekomendasi perbaikan bagi pihak kelurahan, sehingga pelayanan publik ke depan dapat menjadi lebih optimal dan sesuai harapan masyarakat. Dengan demikian, pemilihan judul ini bukan hanya didasarkan pada keinginan akademis untuk menyelesaikan tugas akhir, tetapi juga pada motivasi untuk memberikan manfaat praktis bagi pihak-pihak terkait. Berdasarkan uraian diatas, peneliti membahas dan menganalisis fenomena tersebut dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Suasana Toko terhadap Pembelian Keputusan Konsumen pada Toko Bangunan Cahaya Bulan”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah yang dapat penulis kemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada toko bangunan Cahaya Bulan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada toko bangunan. Cahaya Bulan?
3. Apakah suasana toko berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada toko bangunan Cahaya Bulan?
4. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan suasana toko berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada toko bangunan Cahaya Bulan?

### 1.3 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Bagi penulis

Sebagai alat untuk mempraktekkan teori-teori yang telah diperoleh selama perkuliahan sehingga penulis dapat menambah pengetahuan masalah-masalah yang dihadapi oleh Perusahaan dan pemasar dilapangan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti lain di masa yang akan datang serta menjadi bahan perbandingan dalam melakukan penelitian yang berhubungan. dengan pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan suasana toko terhadap keputusan pembelian.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada toko bangunan Cahaya Bulan.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada toko bangunan Cahaya Bulan.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh suasana toko terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada toko bangunan Cahaya Bulan.
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan suasana toko terhadap Keputusan Pembelian konsue pada toko bangunan Cahaya Bulan.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 1.1 Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis hasil dari Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian. Dari penelitian yang sudah dilakukan bisa ditarik kesimpulan yaitu:

1. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
2. Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
3. Variabel Suasana Toko tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa suasana toko belum menjadi faktor utama yang memengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.
4. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Suasana Toko berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

#### 1.2 Keterbatasan Penelitian

1. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner melalui Google Form, sehingga peneliti tidak dapat memprediksi atau mengontrol jawaban yang diberikan oleh responden.
2. Penelitian ini hanya menguji variabel Kualitas Layanan, Kualitas

Produk, dan Suasana Toko sedangkan masih banyak variabel lain yang mempengaruhi Keputusan Pembelian. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan variabel lainnya.

3. Penelitian ini hanya dilakukan di Toko Bangunan Cahaya Bulan sehingga hasil penelitian ini hanya didapatkan di Toko Bangunan Cahaya Bulan dan hasil yang didapat bisa berbeda dengan objek penelitian lainnya.

### 1.3 Saran

Berdasarkan uraian simpulan yang sudah dipaparkan diatas maka peneliti mengajukan saran-saran sebagai berikut:

- a. Bagi perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat berbagai faktor keputusan pembelian pada Toko Bangunan Cahaya Bulan, seperti kualitas pelayanan, kualitas produk dan suasana toko, sehingga faktor-faktor tersebut perlu diperhatikan agar toko bangunan dapat mengevaluasi dan meningkat lebih baik lagi.

- b. Bagi penulis selanjutnya

Diharapkan untuk memperbanyak referensi yang digunakan dalam menentukan dan menambah variabel yang digunakan, serta diharapkan untuk menambah jumlah sampel agar memperoleh data lebih banyak dan informasi yang lebih akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 25
- Amirudin.2020. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang. Palembang: Universitas Muhammadiyah Palembang
- Bangsawan, Satria. 2018. *Pemasaran Usaha Kecil*. Edisi Pertama. Yogyakarta. Graha Ilmu
- Berman, B dan J.R Evans, 2018. *Retail Management: A Strategic Approach* (13th ed.) New Jersey: Prentice Hall inc.
- Buchari, Alma. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Firmansyah S, Setiyarini T. Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Material Bangunan UD. Jaya Abadi Di Sampang. *J Kaji Ilmu Manaj.* 2021;1(2):130-136. doi:10.21107/jkim.v1i2.11592
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., dan Armstrong, G., (2019). *Principles of Marketing*, 17th Edition, New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip; Armstrong, G. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Lamb Bob Sabran. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Levy, Michael dan Weitz, Barton A. 2012. *Retailing Management* (8th ed.) New York, America: McGraw-Hill/Irwin.
- Machfoedz, M. 2013. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Pemasaran Y PK PN.
- Malhotra, N. K. (2006). *Marketing Research An Applied Orientation*. Prestice. Hall, United State Of America.
- Mowen, John. C dan Minor, Michael. (2002). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kelima. Jilid Kedua. (Alih bahasa Dwi Kartika Yahya). Jakarta: Erlangga
- Nasution, 2012. *Manajemen Pemasaran untuk Engineering*, Yogyakarta.
- Nuraeni, Risma, dkk. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persistensi Laba (Studi Kasus pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015. Vol. 1 No. 1, Maret 2018

- Pasaribu, V. L. D. (2018). Analisis Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian *Hand And Body Lotion* Merek Citra (Studi Kasus Carrefour Pamulang, Tangerang Selatan). J. Pemasar. Kompetitif, 1(4), 77-92.
- Putri, S. M., Akhmad, I., & Kinasih, D. D. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian pada PT . Lotus Pradipta Mulia Pekanbaru*. 2(1), 267–278.
- Rudyana K, Andronicus M, Syahputra D, Daniel C, Sanjaya D. Pengaruh kualitas produk , kualitas pelayanan dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian The influence of product quality , service quality and distribution channels on purchasing decisions. 2021;18(3):470-478.
- Saladin, Djaslim. 2006. Manajemen Pemasaran, Edisi Keempat. Yogyakarta: Linda Karya.
- Sangadji, Sopiah. 2016. Salesmanship (Kepenjualan). Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Savira Y, Putro A. Pengaruh *Store Atmosphere* ( Suasana Toko ) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Bangunan UD Triputra Selaras. *J Penelit Manaj Terap*. 2020;5(1):81-93.
- Sopiyan P. Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. 2022;13(2):249-258.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Edisi 2. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management* Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, F., (2015). Strategi Pemasaran, Cetakan Pertama, Yogyakarta Edisi Kedua Penerbit Andi.
- Yuana, D., & wahyuati, A. (2018). Pengaruh Harga, *Store Atmosphere* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 7(12).