

**PENGARUH CITA RASA, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi pada konsumen Rumah Makan “Kedai Sambel Bandel” di Magetan)



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Nama : Dita Kirana

N I M : 14413397

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2018


HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Cita Rasa, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Rumah Makan Kedai Sambel Bandel Magetan).
Nama : Dita Kirana
Nim : 14413397
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 15 Agustus 2018

Pembimbing I


(Drs. H. Setyo Adji, MM)
NIDK. 8856080018

Pembimbing II



(Dra. Umi Farida, MM)
NIDN. 0710016101

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi


(Titi Rapini, SE, MM)
NIDN. 0005056301

Dosen Penguji

Ketua


(Drs. H. Setyo Adji, MM)
NIDK. 8856080018

Sekretaris


(Titi Rapini, SE, MM)
NIDN. 0005056301

Anggota


(Adi Santoso, SE, MM)
NIDN. 0727118803

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

JANGAN PERNAH BERFIKIR KITA TIDAK MAMPU SEBELUM KITA MENYOBA TERLEBIH DAHULU “APA” YANG DI ANGGAP KITA ITU SESUATU YANG BERAT ATAU TIDAK MUNGKIN.

**BERDOA, BERUSAHA, SABAR DAN BERPASRAHLAH
KEPADA YANG MAHA KUASA”**

Persembahan untuk kedua orang tuaku tercinta ,Ibu dan Bapak, dan keluarga besar terutama nenek ku, yang tidak pernah lelah untuk mendoakanku dan telah memeberikan kasih sayang yang luar biasa terhadap saya.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh cita rasa, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di rumah makan kedai sambel bandel magetan. Dalam menganalisis data peneliti menggunakan SPSS ver 16. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Sampling Insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila di pandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber. dan diperoleh sampel sebanyak 95 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif yaitu analisis regresi linear berganda Analisis ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji hipotesis melalui uji t dan uji f serta analisis koefisien determinasi (R^2)

Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel cita rasa, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengaruh positif terbesar terhadap keputusan pembelian di rumah makan keda sambel bandel adalah variabel cita rasa dengan koefisien regresi sebesar 0,271, lalu di ikuti variabel berikutnya adalah harga dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,255, dan variabel yang berpengaruh paling rendah adalah kualitas pelayanan dengan koefisien regresi sebesar 0,194. Rumah makan Kedai Sambel Bandel Magetan harus mempertahankan elemen-elemen yang sudah di nilai baikoleh konsumen serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang.

Kata Kunci : Cita Rasa, Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum.wr.wb

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah subhanahu wa ta'ala yang telah melimpahkan kasih dan sayang-Nya kepada kita, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang judul **“Pengaruh Cita Rasa, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Rumah Makan Kedai Sambel Bandel Magetan)”** dengan lancar dan tepat waktu. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari banyak mengalami kesulitan yang dihadapi, tetapi berkat bantuan, bimbingan serta pengarahan dari berbagai pihak, maka skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada yang terhormat :

1. Allah SWT yang telah menganugerahkan kepada penulis kemampuan berfikir sehingga skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya.
2. H.Sulton, M.Si. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan fasilitas dan kesempatan untuk dapat menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Titi Rapini, SE, MM , selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh program Manajemen S1 di Fakultas Ekonomi.
4. Dra. Umi Farida, MM, selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan pengarahan dan bimbingannya serta memberi

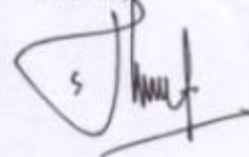
semangat, dukungan, motivasi, serta petunjuk guna terselesaikannya skripsi ini

5. H. Setyo Adji, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan pengarahan serta senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan semangat serta petunjuk guna terselesaikannya skripsi ini, serta memberikan motivasi serta semangat yang luar biasa.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang selalu memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga bagi penulis dan memberikan kelancaran dalam hal administrasi.
7. Anggota keluarga tercinta , Bapak dan Ibu tercinta (Bapak Sarwono dan Ibu Karsinah) yang telah membantu dengan doa setulus hati.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik kepada mereka semua yang telah membantu dalam terselesaikannya skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu kritik dan saran sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan dapat digunakan sebagai tambahan dan pengetahuan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Ponorogo , 15 Agustus 2018

Penulis,

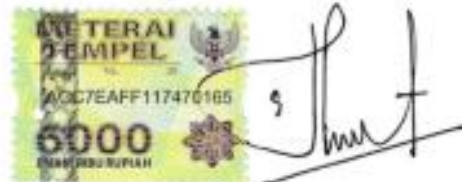


Dita Kirana
(NIM .14413397)

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 15 Agustus 2018

A green postage stamp with the text "KETERAI TEMPEL" at the top, a small emblem, and the number "6000" in large digits. Below the number, it says "DUA PULUH RUPIAH". A handwritten signature is written over the stamp.

(Dita Kirana)
NIM 14413397

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Motto dan Persembahan	iii
Abstrak	iv
Kata Pengantar	v
Pernyataan Tidak Melanggar Kode Etik Penelitian	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian Manfaat Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran	13
2.1.2 Pengertian Marketing Mix	14
2.1.3 Cita Rasa	17
2.1.4 Harga.....	18
2.1.5 Kualitas Pelayanan.....	21

2.1.6 Keputusan Pembelian.....	23
2.1.6.1 Proses Keputusan Pembelian	24
2.1.6.2 Jenis Tingkah laku Keputusan Pembelian	27
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
2.4 Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	32
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	32
3.2.1 Populasi.....	32
3.2.2 Sampel.....	33
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	36
3.5 Metode Analisis Data.....	39
3.5.1 Analisis Kuantitatif.....	39
3.5.1.1 Analisis Uji Instrumen.....	39
3.5.1.2 Analisis Regresi Linear Berganda	41
3.5.1.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	42
3.5.1.4 Pengujian Hipotesis	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	45
4.1.1 Sumber Daya Manusia	46
4.1.2 Struktur Organisasi	46
4.1.3 Gambaran Umum Cita Rasa	47
4.1.4 Gambaran Umum Harga	48

4.1.5	Gambaran Umum Kualitas Pelayanan	52
4.1.6	Gambaran Umum Keputusan Pembelian.....	52
4.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	53
4.2.1	Deskripsi Profil Responden	53
4.2.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.2.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	55
4.2.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	57
4.3.1	Variabel Cita Rasa (X1).....	57
4.3.2	Variabel Harga (X2).....	61
4.3.3	Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....	65
4.3.4	Variabel Keputusan Pembelian (Y)	70
4.4	Uji Instrumen Penelitian Validitas dan Reliabilitas	76
4.5	Uji Analisis.....	79
4.5.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	79
4.6	Koefisien Determinasi.....	82
4.7	Pengujian Hipotesis.....	84
4.7.1	Uji T.....	84
4.7.2	Uji F.....	85
4.8	Pembahasan.....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1 PENUTUP		
5.1.1	Kesimpulan	94
5.1.2	Saran	95
DAFTAR PUSTAKA		97

LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	101
------------------------	-----

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Data Jumlah Pengunjung RM. Kedai Sambel Bandel Magetan.....	8
Tabel 4.1 Menu Makanan Rumah Makan Kedai Sambel Bandel Magetan.....	49
Tabel 4.2 Menu Makanan Pelengkap Rumah Makan Kedai Sambel Bandel Magetan.....	49
Tabel 4.3 Menu Serba Sambal Rumah Makan Kedai Sambel Bandel Magetan.....	50
Tabel 4.4 Menu Makanan Camilan Rumah Makan Kedai Sambel Bandel Magetan.....	50
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.6 Data Responden Berdasarkan Umur.....	55
Tabel 4.7 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Cita Rasa.....	58
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Harga.....	61
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan.....	65
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	71
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Validitas.....	76
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	78
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	80
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	83
Tabel 4.16 Uji T.....	84
Tabel 4.17 Uji F.....	85

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Bauran Pemasaran.....	16
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	24
Gambar 2.2 Tipe Tingkah Laku Pembelian.....	27
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 2.4 Lima Tahap Keputusan Pembelian.....	37
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Rumah Makan Kedai Sambel Bandel Magetan.....	47



Daftar Lampiran

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Tabulasi Penelitian

Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 Uji Regresi , Uj T, Uji F, dan Koefisien Determinasi

