

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL  
MODERASI**

(Survei pada Konsumen Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo)



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat

Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Febri Dwi Wardani

NIM : 14413416

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2018

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan  
Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi  
(Studi Kasus Pada Konsumen Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo  
Ponorogo)

Nama : Febri Dwi Wardani

N I M : 14413416

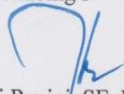
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk  
diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu ( S-1 )

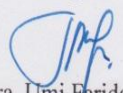
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 1 Agustus 2018

Pembimbing I

  
( Titi Rapini, SE, MM )  
NIDN. 0005056301

Pembimbing II

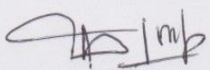
  
( Dra. Umi Parida, MM )  
NIDN. 0710016101


Mengetahui :  
Dekan Fakultas Ekonomi

  
( Titi Rapini, SE, MM )  
NIDN. 0005056301

Dosen Penguji :

  
(Titi Rapini, SE, MM)  
NIDN. 0005056301

  
(Sri Hartono, SE, MM)  
NIDN. 0730127102

  
(Naning Kristiyana, SE,MM)  
NIDN. 0721117501

## RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi Kualitas Pelayanan *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangibles* terhadap Keputusan Pembelian dengan menggunakan Variabel Kepuasan sebagai Variabel Moderasi pada Konsumen Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis Moderated Regression Analysis (MRA). Sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling* dengan pertimbangan konsumen yang melakukan pembelian lebih dari 1 kali. Sampel yang diambil sebesar 95 responden.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa *Reliability* (X1) yang dimoderasi Kepuasan Konsumen diperoleh nilai  $t_{hitung}$  2,839 ( $p=0,006<0,05$ ); sehingga *Reliability* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan pemoderasi Kepuasan Konsumen. *Responsiveness* (X2) yang dimoderasi Kepuasan Konsumen diperoleh nilai  $t_{hitung}$  -4,118 ( $p=0,000<0,05$ ); sehingga *Responsiveness* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan pemoderasi Kepuasan Konsumen. *Assurance* (X3) yang dimoderasi Kepuasan Konsumen diperoleh nilai  $t_{hitung}$  5,382 ( $p=0,000<0,05$ ); sehingga *Assurance* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan pemoderasi Kepuasan Konsumen. *Empathy* (X4) yang dimoderasi Kepuasan Konsumen diperoleh nilai  $t_{hitung}$  2,724 ( $p=0,008<0,05$ ); sehingga *Empathy* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan pemoderasi Kepuasan Konsumen. *Tangibles* (X5) yang dimoderasi Kepuasan Konsumen diperoleh nilai  $t_{hitung}$  -5,851 ( $p=0,000<0,05$ ); sehingga *Tangibles* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan pemoderasi Kepuasan Konsumen.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, *Tangibles*, Kepuasan Konsumen, Keputusan Pembelian

## KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi (Survei pada Konsumen Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo)”**. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW.

Penulis menyadari bahwa masih banyak hambatan yang dilalui dalam proses penyusunan skripsi, namun dukungan dari berbagai pihak akhirnya hambatan tersebut dapat dilewati hingga tersusunlah skripsi meskipun masih jauh dari kata sempurna. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada yang terhormat :

1. Dr. H. Sulton, M.Si selaku rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Titi Rapini, SE,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah membimbing, mengarahkan serta mendidik penulis untuk menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
3. Dra. Umi Farida, MM selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan sekaligus Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses menyusun dan menyelesaikan skripsi.
4. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
5. Seluruh staf dan karyawan yang telah membantu dalam perizinan dalam penelitian.
6. Ibu Tatik, Ibuku tercinta yang tiada henti memberikan do'a, semangat dan motivasi untuk menyelesaikan



7. Teman – temanku angkatan 2014 Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Kelas B yang telah memberikan dorongan bantuan dan doanya dalam menyusun skripsi khususnya untuk sahabatku Wafin Itasari, Devi Bos Ceker dan Reny Puspitasari.

Penulis menyadari bahawa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis menerima kritik atau saran yang membangun guna memperbaiki maupun menyempurnakan.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis, pembaca dan pihak lain yang membutuhkan.

Aamiin

Ponorogo, 1 Agustus 2018



Penulis

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR  
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah 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 dan /atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 1 Agustus 2018

Penulis



( Febri Dwi Wardani )

## MOTTO

*Kesuksesan bukan dilihat dari hasilnya, melainkan dilihat dari prosesnya, karena proses yang selalu jujur akan menggambarkan siapa diri kita sebenarnya . . .*

## PERSEMBAHAN

Dengan rasa bersyukur, kupersembahkan karya sederhana ini untuk wanita nomor satu di dunia “Ibu Tatik” yang selalu memberi dukungan, do’a dan kesabaran yang tak terhingga serta selalu mendukung apa yang menjadi pilihanku, dan untuk Bapak yang selama bertahun-tahun diam mel  
Sahabat seperjuanganku “Dewi Lutfianik” yang selalu setia menemaniku dari awal sampai akhir, canda tawa, susah dan senang selama perkuliahan,  
Untuk adikku tersayang “Mutiara Nadya Oktafiani” yang selalu menghibur dikala sedih dan senang, penghilang rasa penat.

Tak lupa terima kasih untuk kekasihku “Rega Aditya Lutfi” yang selalu memberi semangat, motivasi dan selalu berusaha menghilangkan rasa putus asaku



## DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan .....	i
Ringkasan .....	ii
Kata Pengantar .....	iii
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian .....	v
Motto dan Persembahan .....	vi
Daftar Isi .....	vii
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Gambar .....	xiv
Daftar Lampiran .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Batasan Masalah .....	8
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	
1.4.1 Tujuan Penelitian .....	8
1.4.2 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	

2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Pemasaran .....	11
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	12
2.1.3 Perilaku Konsumen .....	13
2.1.3.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	14
2.1.3.2 Model Of Buyer Behaviour .....	18
2.1.4 Kualitas Pelayanan .....	22
2.1.4.1 Kualitas .....	22
2.1.4.2 Pelayanan .....	23
2.1.4.3 Kualitas Pelayanan .....	24
2.1.4.4 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	25
2.1.5 Keputusan Pembelian .....	26
2.1.5.1 Peranan Konsumen dalam Keputusan Pembelian .....	28
2.1.6 Kepuasan Konsumen .....	29
2.2 Penelitian Terdahulu .....	30
2.3 Kerangka Pemikiran .....	35
2.4 Hipotesis .....	37

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	50
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	
3.2.1 Populasi .....	50
3.2.2 Sampel .....	52
3.3 Metode Pengambilan Data .....	54
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	55
3.5 Metode Analisis Data .....	60
3.5.1 Uji Validitas.....	61
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	62
3.5.3 Moderated Regression Analysis (MRA) .....	63
3.5.3.1 Tahap pertama regresi sederhana.....	63
3.5.3.2 Tahap Kedua MRA .....	64
3.5.4 Koefisien Determinasi .....	65
3.6 Pengujian Hipotesis.....	56
.....	

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	68
4.1.1 Gambaran Umum Penelitian .....	68

4.1.2	Visi, Misi, Nasi Pecel Pak Mul .....	69
4.1.3	Struktur Organisasi .....	69
4.1.4	Statistik Deskriptif .....	70
4.2	Hasil penelitian dan pembahasan .....	72
4.2.1	Deskripsi Profil Responden .....	72
4.2.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
4.2.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	74
4.2.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	76
4.3	Deskripsi Variabel penelitian .....	78
4.4	Uji Instrumen penelitian .....	98
4.5	MRA .....	102
4.5.1	Tahap 1 Analisis Regresi Sederhana .....	102
4.5.2	Tahap 2 Analisis Moderated Regression Analysis .....	110
4.6	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	118
4.7	Pengujian Hipotesis .....	129
4.8	Pembahasan .....	139
<b>BAB V Kesimpulan dan Saran</b>		
5.1	Kesimpulan .....	151
5.2	Saran .....	154
Daftar Pustaka		
Lampiran-lampiran		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunjung Warung Nasi Pecel Pak Mul .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel 4.3 Deskripsi Respoden Berdasarkan Usia Karyawan.....	74
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	76
Tabel 4.5 Identifikasi Tanggapan Responden Reliability X1 .....	79
Tabel 4.6 Identifikasi Tanggapan Responden Responsiveness X2.....	82
Tabel 4.7 Identifikasi Tanggapan Responden Assurance X3 .....	84
Tabel 4.8 Identifikasi Tanggapan Responden Empathy X4.....	87
Tabel 4.9 Identifikasi Tanggapan Responden Tangibles X5 .....	90
Tabel 4.10 Identifikasi Tanggapan Responden Kepuasan Konsumen M .....	92
Tabel 4.11 Identifikasi Tanggapan Responden Keputusan Pembelian Y .....	95
Tabel 4.12 Rangkuman Hasil Deskripsi Variabel Penelitian .....	97
Tabel 4.13 Rangkuman Hasil Uji Validitas .....	99
Tabel 4.14 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas .....	101
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Sederhana Reliability X1 terhadap Keputusan Pembelian.....	102
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Sederhana Responsiveness X2 terhadap Keputusan Pembelian .....	104

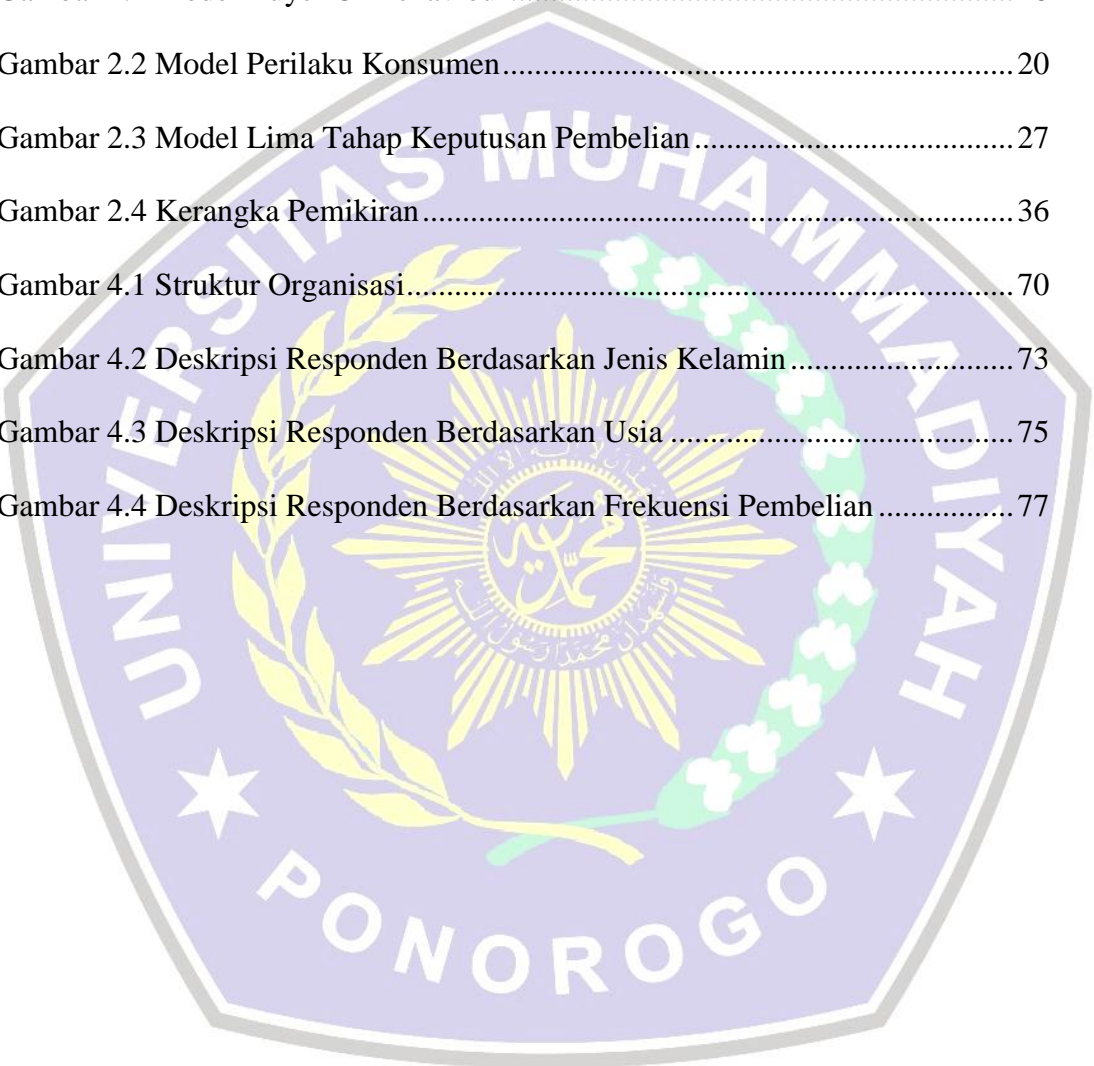
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Sederhana Assurance X3 terhadap Keputusan Pembelian .....	105
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Sederhana Empathy X4 terhadap Keputusan Pembelian.....	107
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Sederhana Tangibles X5 terhadap Keputusan Pembelian.....	109
Tabel 4.20 Hasil Uji Moderated Regression Reliability dengan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian .....	111
Tabel 4.21 Hasil Uji Moderated Regression Analysis Responsiveness dengan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	112
Tabel 4.22 Hasil Uji Moderated Regression Analysis Assurance dengan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian .....	114
Tabel 4.23 Hasil Uji Moderated Regression Analysis Empathy dengan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian .....	115
Tabel 4.24 Hasil Uji Moderated Regression Analysis Tangibles dengan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian .....	117
Tabel 4.25 Hasil Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) Sebelum Moderasi .....	119
Tabel 4.26 Hasil Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) Sebelum Moderasi.....	119
Tabel 2.27 Hasil Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) Sebelum Moderasi.....	120
Tabel 4.28 Hasil Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) Sebelum Moderasi .....	121
Tabel 4.29 Hasil Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) Sebelum Moderasi.....	121
Tabel 4.30 Hasil Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) Sesudah Moderasi .....	122

Tabel 4.31 Hasil Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) Sesudah Moderasi .....	124
Tabel 4.32 Hasil Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) Sesudah Moderasi .....	125
Tabel 4.33 Hasil Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) Sesudah Moderasi .....	126
Tabel 4.34 Hasil Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) Sesudah Moderasi .....	128
Tabel 4.35 Output Nilai T-hitung Sebelum Moderasi .....	129
Tabel 4.36 Output Nilai T-hitung Sebelum Moderasi .....	130
Tabel 4.37 Output Nilai T-hitung Sebelum Moderasi .....	131
Tabel 4.38 Output Nilai T-hitung Sebelum Moderasi .....	131
Tabel 4.39 Output Nilai T-hitung Sebelum Moderasi .....	132
Tabel 3.40 Output Nilai T-hitung Sesudah Moderasi .....	133
Tabel 4.41 Output Nilai T-hitung Sesudah Moderasi .....	134
Tabel 4.42 Output Nilai T-hitung Sesudah Moderasi .....	135
Tabel 4.43 Output Nilai T-hitung Sesudah Moderasi .....	136
Tabel 4.44 Output Nilai T-hitung Sesudah Moderasi .....	138



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Buyer Of Behaviour.....	18
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen.....	20
Gambar 2.3 Model Lima Tahap Keputusan Pembelian.....	27
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	70
Gambar 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Gambar 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	75
Gambar 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	77





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner atau daftar pertanyaan

Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian

Lampiran 3 Proses Hasil Pengujian Data/ Hasil Pengujian Hipotesis

Lampiran 4 Foto-Foto Pendukung

Lampiran 5 Berita Acara Bimbingan

