

Pengaruh Harga, Quality Product, Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian

(Studi Kasus Ayam Geprek Sa'i Ponorogo Jln. Jaksa Agung)



SKRIPSI

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

Nama : Ayu Riski Noferiana

NIM : 16414025

Program Study : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2020

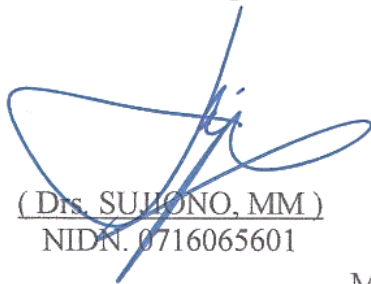
HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Harga, Quality Product, Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Ayam Geprek Sa'i Ponorogo Jln. Jaksa Agung)
Nama : Ayu Riski Noferiana
Nim : 16414025
Tempat , tgl lahir : Ponorogo , 08 Desember 1997
Program Studi : Manajemen

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

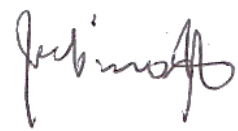
Ponorogo, 23 Juli 2020

Pembimbing I



(Drs. SUKONO, MM)
NIDN. 0716065601

Pembimbing II



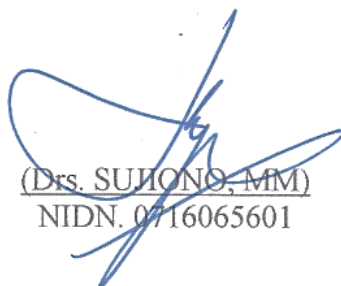
(SITI CHAMIDAH, SE., MM)
NIDN. 0019057101

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



(TITI RAPINI, SE., MM)
NIK. 19630505 199001 11

Doen Penguji



(Drs. SUKONO, MM)
NIDN. 0716065601



(Dra. Umi Farida., MM)
NIDN. 0710016101



(Adi Santoso, SE., MM)
NIDN. 0727118803

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Quality Product, Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Ayam Geprek Sa'i Ponorogo Jln. Jaksa Agung). Di dalam penelitian ini diperoleh dari penyajian data hasil jawaban responden dan kuesioner serta analisis statistik dengan menggunakan program SPSS 18.00.

Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang telah memutuskan untuk melakukan pembelian di rumah makan Ayam Geprek Sa'i Sa'i Ponorogo Jln. Jaksa Agung. Berdasarkan data yang diperoleh dari rumah makan Ayam Geprek Sa'i selama periode satu tahun 2019 konsumen yang telah melakukan pembelian adalah sejumlah 2850 orang. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling*. *Probability sampling* merupakan suatu metode pemilihan ukuran sampel dimana setiap kelompok atau anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Hasil dari penelitian ini yaitu, (1)Variabel X1 (Harga) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,322. Dengan nilai t hitung sebesar 3,574 lebih besar dari t tabel 1,985 ($3,574 > 1,985$). Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara variabel Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y). (2)Variabel X2 (Quality Product) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,261. Dengan nilai t hitung sebesar 2,915 lebih besar dari t tabel 1,985 ($2,915 > 1,985$). Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara variabel Quality Product (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). (3)Variabel X3 (Service Quality) mempunyai nilai koefisien sebesar 0,295. Dengan nilai t hitung sebesar 3,195 lebih besar dari t tabel 1,985 ($3,195 > 1,985$). Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara variabel Service Quality (X3) terhadap Keputusan

Pembelian (Y). (4)Variabel Harga, Quality Product, dan Service Quality secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) sebesar 38,364.



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 saya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institut 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, 23 Juli 2020



Ayu Riski Noferiana)
NIM 16414025

MOTTO

“Allah tidak membohongimu semua lelahmu, perjuanganmu dan air matamu semua akan di balas dengan kebahagiaan yang tidak terduga sebelumnya”

“Berangkat dengan penuh keyakinan, berjalan dengan penuh kesabaran dan keikhlasan dan yakinlah bahwa insyaallah tujuanmu akan datang menghampirimu”

“berusahalah dan terus berdoa demi orang tuamu”
(AYU RISKI NOFERIANA)



PEREMBAHAN

Alhamdulillahirobil'amin

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala karunia yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Quality Product, Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Ayam Geprek Sa’i Ponorogo Jln. Jaksa Agung)”

Skripsi ini tidak akan terselesaikan terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Imron dan Ibu Supriatin yang sangat saya cintai, yang selalu memberikan saya dukungan dan doa. Semoga kalian selalu diberikan kesehatan, panjang umur dan dalam perlindungan Allah SWT. Terimakasih Bapak dan Ibu yang sudah membesarkan saya sungguh luarbiasa pengorbanamu untuk saya, hingga menghantarkan saya menjadi sarjana.
2. Bapak Drs. Sujiono, MM dan Ibu Siti Chamidah, SE.,MM selaku pembimbing. Terimakasih atas kesediaan serta kesabaran yang Bapak dan Ibu berikan pada saya ketika bimbingan, saran dan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini. Tanpa Bapak dan Ibu pembimbing saya juga tidak akan dapat seperti ini. Terimakasih.
3. Terimakasih untuk kakakku Julaika Damayanti atas motivasi dan juga keceriaannya.
4. Terimakasih untuk Choirul Ihwan F. yang selalu meyakinkan saya dan semangatnya untuk terus berusaha dan berdoa.

5. Terimakasih untuk sahabatku yang saya sayangi Arfika Indriyana, Tika Dwi Megawati, dan Binti Nur'aini yang selalu memberikan perlindungan, semangat dan motivasi untuk selalu berusaha tegar dalam meghadapi segala hal.
6. Terimakasih untuk teman saya Jufendri, Nindya, Mbak Novi, Mas Wahyu dan semuanya yang sudah menyemangati saya dalam proses penyusunan skripsi ini dan juga terimakasih atas bantuan perlengkapannya.



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur alhamdulillah, penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Harga, Quality Product, Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Ayam Geprek Sa’i Ponorogo Jln. Jaksa Agung)”.

Proses pembelajaran ini, yang kemudian menghasilkan tugas akhir berupa skripsi. Dalam penyelesaian skripsi ini penulis menyadari banyak bantuan oleh pihak-pihak yang mendukung tanpa lelah, sehingga ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada :

1. Ibu Titi Rapini, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Umi Farida, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen.
3. Bapak Drs. Sujiono, MM selaku Dosen Pembimbing I saya yang selalu sabar dan profesional dalam menghadapi anak bimbingannya, serta senantiasa ikhlas meluangkan waktunya disela-sela kesibukan, membantu, mengarahkan dan memberikan nasehat serta saran yang membangun kepada saya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Siti Chamidah SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa dengan ikhlas meluangkan waktunya untuk membimbing saya, mengarahkan, membantu dan memberikan nasehat serta saran yang membangun kepada saya dalam penyusunan skripsi ini.

5. Pihak-pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian.

Demikianlah ucapan terimakasih ini haturkan, apabila ada salah-salah kata saya mohon maaf sebesar-besarnya.

Wassalamualaikum, Wr. Wb.



DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan	i
Halaman Pengesahan	ii
Ringkasan.....	iii
Halaman Pernyataan Orisinalitas.....	iv
Motto.....	v
Persembahan	vi
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Batasan Masalah	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	9
1. Pemasaran	9
1) Pengertian Pemasaran	9
2. Manajemen Pemasaran	10
3. Bauran Pemasaran/Marketing Mix	11
4. Konsumen	14
1) Pengertian Konsumen	14
5. Perilaku Konsumen.....	15
1) Pengertian Perilaku Konsumen.....	15
2) Teori-Teori Perilaku Konsumen	16
3) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	17
4) Model Perilaku Konsumen	22

5) Peran Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan	25
6. Keputusan Pembelian	26
1) Pengertian Keputuasan Pembelian	26
2) Tahap Keputuasan Pembelian	27
3) Indikator Keputuasan Pembelian.....	29
7. Harga.....	30
1) Pengertian Harga.....	30
2) Strategi penetapan Harga	31
3) Tujuan Penetapan Harga	32
4) Indikator Harga	34
8. Quality Product	35
1) Pengertian Quality Product.....	35
2) Klasifikasi Produk.....	36
3) Tingkatan Produk.....	39
4) Indikator Quality Product	40
9. Service Quality	43
1) Pengertian Service Quality	43
2) Model Service Quality	44
3) Dimensi Service Quality	46
4) Indikator Service Quality.....	47
B. Penelitian Terdahulu	47
C. Kerangka Pemikiran	49
D. Hipotesis	49
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Ruang Lingkup Penelitian	55
B. Jenis Penelitian	55
C. Populasi Dan Sampel	55
1. Populasi.....	55
2. Sampel	56
D. Jenis Data.....	58
1. Data Primer	58
2. Data Sekunder.....	58

E. Teknik Pengumpulan Data.....	58
1. Observasi	58
2. Wawancara.....	59
3. Kuesioner	59
F. Definisi Operasional Variabel	60
1. Variabel Dependen	61
2. Variabel Independen	61
G. Metode Analisis Data.....	63
H. Pengujian Instrumen	63
1. Uji Validitas	63
2. Uji Reliabilitas	64
I. Alat Analisis	65
1. Analisis Regresi Berganda.....	65
2. Koefisien Determinasi	66
J. Uji Asumsi Klasik.....	67
1. Uji Multikolinieritas	67
2. Uji Normalitas.....	68
3. Uji Heterokedastisitas	68
K. Pengujian Hipotesis	68
1. Uji T (Parsial)	68
2. Uji F (Simultan).....	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	71
1. Sejarah Singkat	71
2. Penerapan Marketing Mix	71
B. Karakteristik Responden.....	75
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	75
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	77
C. Tanggapan Responden.....	78
1. Variabel Harga.....	78
2. Variabel Quality Product	79

3. Variabel Service Quality.....	80
4. Variabel Keputusan Pembelian.....	80
D. Uji Instrumen	81
1. Uji Validitas.....	81
2. Uji Reliabilitas	82
E. Uji Asumsi Klasik.....	83
1. Uji Multikolinieritas	83
2. Uji Normalitas.....	84
3. Uji Heterokedastisitas	85
F. Alat Analisis	86
1. Analisis Regresi Berganda.....	86
2. Koefisien Determinasi	89
G. Uji Hipotesis	90
1. Uji T.....	90
2. Uji F.....	93
H. Pembahasan	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	103
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Umur	75
Tabel 2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan	77
Tabel 4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga	78
Tabel 5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Quality Product	79
Tabel 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Service Quality	80
Tabel 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	81
Tabel 8 Hasil Uji Validitas	82
Tabel 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	83
Tabel 10 Hasil Uji Multikolinieritas	84
Tabel 11 Hasil Uji Normalitas	85
Tabel 12 Hasil Uji Heterokedastisitas	86
Tabel 13 Hasil Uji Regresi Berganda	87
Tabel 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	89
Tabel 15 Hasil Uji T	91
Tabel 16 Hasil Uji F.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model perilaku konsumen sederhana.....	22
Gambar 2 Model perilaku konsumen.....	24
Gambar 3 Tahap-Tahap dalam Proses Keputusan Pembelian	27
Gambar 4 Model Penelitian	49
Gambar 5 Grafik Uji T Variabel Harga	92
Gambar 6 Grafik Uji T Variabel Quality Product	92
Gambar 7 Grafik Uji T Variabel Service quality.....	93
Gambar 8 Grafik Uji T Variabel Harga	95



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	110
Lampiran 2 Data Responden.....	114
Lampiran 3 Output SPSS	116
Lampiran 4 Tabel r	130
Lampiran 5 Tabel f	131
Lampiran 6 Tabel t.....	132

