JURNAL

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Warunk Gacoan Cabang Kediri.

Oleh:

BIMA SANDHI PERMANA

13.1.02.02.0077

Dibimbing oleh :

1. **Dr. H. SAMARI, SE, M.M.**
2. **MOCH. WAHYU WIDODO, S.E., M.M.**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2018

SURATPERNYATAAN

ARTIKEL SKRIPSI TAHUN2017

Yang bertanda tangandibawahini:

Nama Lengkap	:	Bima Sandhi Permana
NPM	:	13.1.02.02.0077
Telepon/HP	:	+6281556507794
Alamat Surel (Email)	:	bimasandhy3@gmail.com
Judul Artikel	:	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Warunk Gacoan Cabang Kediri
Fakultas – Program Studi	:	Ekonomi – Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	:	Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat PerguruanTinggi	:	Jalan K.H. Achmad Dahlan 76 Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa:

a. Artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiatisme;
b. Artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 31 Desember 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Dr. H.Samari, SE., M.M.	Moch.Wahyu Widodo, M.M.	Bima Sandhi Permana
NIDN. 0712026201	NIDN. 0721088505	NPM. 13.1.02.02.0077

Bima Sandhi Permana|13.1.02.02.0077 simki.unpkediri.ac.id
Ekonomi - Manajemen ||1||

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI WARUNK GACOAN CABANG KEDIRI

Bima Sandhi Permana
13.1.02.02.0077
Ekonomi–Manajemen
bimasandhy3@gmail.com
Dr. H.Samari, SE., M.M.
Moch.Wahyu Widodo, M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh ketatnya persaingan bisnis kuliner. Bisnis kuliner yang kini ramai dicari banyak orang dan juga marak diperbincangkan adalah usaha mie. Kini semakin ketatnya usaha kuliner mie dipasaran membuat banyak pengusaha mie harus lebih inovatif dan kreatif di dalam memenangkan suatu persaingan. Oleh karena itu dibutuhkan suatu inovasi olahan yang menarik dan kreatif sehingga mampu menarik minat pengunjung. Salah satu inovasi yang sedang hits adalah olahan mie dengan mengutamakan rasa pedasnya.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga secara persial & simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di warunk gacoan cabang kediri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *sampling aksidental. Sampling Aksidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik (ciri – cirinya), maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel dengan jumlah sampel 60 responden yang diperoleh dengan rumus hair. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis dengan bantuan program *SPSS for windows Versi 23.*

Hasil dari penelitian ini adalah baik secara parsial kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan, sedangkan harga bepengaruh negatif terhadap keputusan pembelian, secara simultan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

KATA KUNCI :kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, keputusan pembelian.

I. LATAR BELAKANG

Perkembangan rumah makan dan wisata kuliner membawa dampak tinggi bagi kehidupan manusia terutama dunia usaha saat ini. Di samping itu banyaknya usaha yang bermunculan baik rumah makan kecil maupun besar berdampak pada persaingan yang ketat antar rumah makan baik sejenis maupun yang tidak sejenis. Semakin tinggi gaya hidup manusia sekarang ini, menyebabkan banyak orang yang pasif dalam memenuhi kebutuhannya. Maksud dari pasif disini adalah mereka lebih suka membeli berbagai kebutuhan dalam bentuk instan. Mie merupakan produk makanan yang sangat popular dan banyak di konsumsi oleh masyarakat Indonesia, di Indonesia banyak berbagai jenis kuliner dengan berbahan dasar mie. Mulai dari makanan khas daerah sampai dengan karakteristik yang berbeda. Berdasarkan pada kondisi saat ini banyak sekali bermunculan Mie siap saji atau biasa kita kenal dengan sebutan Mie Ayam dengan jenis, *varian*, dan ide kreatif yang berbeda. Salah satu kunci sukses dalam usaha Mie ayam adalah inovatif dan kreatif.

Dalam upaya mendatangkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan, yaitu menumbuhkan minat beli dan akhirnya melakukan keputusan membeli tidak mudah. Banyak faktor yang mempengaruhi hal itu, Baik faktor internal yaitu dari dalam diri konsumen ataupun pengaruh eksternal yaitu rangsangan luar yang dilakukan oleh pelaku usaha (perusahaan), dimana dalam hal ini perusahaan atau pelaku usaha harus mampu mengidentifikasi perilaku konsumen dalam hubunganya melakukan suatu keputusan pembelian.

Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian. (Setiadi, 2011:332) Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Keputusan pembelian merupakan salah satu aspek yang penting di dalam pemasaran, karena konsumen akan melakukan pembelian atau tidak berdasarkan keputusan yang mereka tetapkan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima (Parasuman dalam Lupiyoadi, 2013:216).

Selain kualitas pelayanan, faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas Produk (Kotler dan Amstrong 2012:283) kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reabilitas, ketepatan, kemudahan

pengoperasian dan reparasi produk juga atribut lainnya.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Harga merupakan sebuah atribut diantara beberapa atribut lain dalam pengambilan keputusan. (Kotler dan Amstrong 2012:345) Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau nilai yang ditukarkan para konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Dari uraian diatas maka penulis melakukan penelitian tentang "**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Warunk Gacoan Cabang Kediri".**

Rumusan Masalah :

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Warunk Gacoan Cabang Kediri ?
2. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Warunk Gacoan Cabang Kediri ?Apakah ada pengaruh komitmen terhadap kepuasan nasabah Bank Jatim Cabang Pembantu Rejoso ?
3. Apakah ada harga terhadap keputusan pembelian di Warunk Gacoan Cabang Kediri ?
4. Apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Warunk Gacoan Cabang Kediri ?

II. METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Teknik Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sujarweni (2015:39) pendekatan kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi. Sedangkan menurut Arikunto (2010:90) pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang ilmiah dan sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Alasan peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif adalah data yang akan dianalisis dalam penelitian ini berbentuk angka yang sifatnya dapat diukur, rasional, dan sistematis

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. Menurut Sanusi (2014:105) survei merupakan cara pengumpulan data dimana peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden baik dalam bentuk lisan maupun secara tertulis. Sedangkan menurut Arikunto (2010:203) survei adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Misalnya dengan mengedarkan kuesioner atau wawancara.

Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini melakukan penelitian di Rumah Makan Warunk Gacoan Cabang Kediri yang berlokasi di Jl. Mayjen Sungkono No.16 Kediri

Adapun waktu pelaksanaan proses penelitian ini memerlukan waktu 4 bulan yang terhitung mulai dari bulan September sampai dengan Desember 2017.

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen yang telah berkunjung ke Warunk Gacoan Kediri.

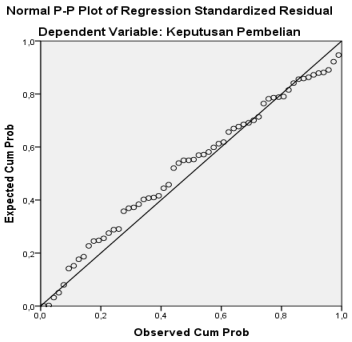
Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus perhitungan sampel menurut pendapat Hair et al (2010:112) yaitu apabila jumlah sampel penelitian yang tidak diketahui jumlah populasi pastinya, minimal berjumlah lima kali variabel yang dianalisa atau indikator. Jadi dalam penelitian ini diperoleh hasil 5 x 12 = 60 responden.

Untuk menentukan sampel peneliti menggunakan *teknik non probability sampling*. Menurut Sanusi (2014:89) *teknik non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dimana tidak semua populasi dalam posisi yang sama-sama memiliki peluang untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik yang digunakan adalah *sampling aksidental*. (Ridwan dan Akon, 2013) Teknik *sampling aksidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik (ciri – cirinya), maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel.

HASIL DAN KESIMPULAN

Uji Normalitas



Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa data dalam variabel-variabel ini berdistribusi normal

Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	,303	3,299
	Kualitas Produk	,372	2,686
	Harga	,435	2,298

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai VIF semua variabel bebas dalam penelitian ini lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* semua variabel bebas lebih besar dari 0,1 atau 10%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	11,906	2,427
	Kualitas Pelayanan	,485	,136
	Kualitas Produk	,340	,151
	Harga	-,281	,132

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

multikolinieritas antar variabel bebas.

Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

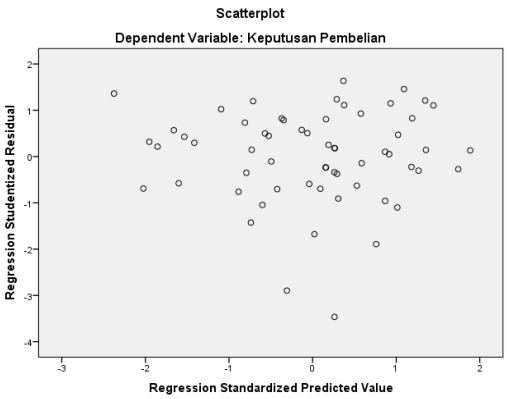
Model	Durbin-Watson
1	1,775

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel, dapat dilihat bahwa nilai *Durbin Watson (DW Test)* sebesar 1,775. Nilai du = 1,69 sehingga 4-du = 4-1,69 = 2,31. Dapat disimpulkan bahwa nilai *Durbin Watson* terletak antara du sampai dengan 4-u sehingga asumsi autokorelasi telah terpenuhi atau tidak terjadi autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil perhitungantabel diatas, maka persamaan regresi disusun sebagai berikut:

$Y = 11{,}906 + 0{,}485x_1 + 0{,}340x_2 - 0{,}281x_3$

Artinya :

1. Nilai a yaitu 11,906 artinya apabila variabel Kualitas Pelayann, Kualitas Produk dan Harga diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali (=0) maka variabel Y (keputusan pembalian) memiliki nilai sebesar 11,906.
2. Regresi X1 0,485. Besarnya koefisien variabel Kualitas Pelayann adalah sebesar 0,485, artinya bahwa setiap peningkatan Kualitas Pelayanan secara positif naik 1 (satuan) akan mengakibatkan peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,485. bila variabel lainnya konstan.
3. Regresi X2 0,340, Besarnya koefisien variabel Kualitas Produk adalah sebesar 0,340, artinya bahwa setiap peningkatan Kualitas Produksi secara positif naik 1 (satuan) akan mengakibatkan peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,340, bila variabel lainnya konstan.
4. Regresi X3 -0,281. Besarnya koefisien variabel Harga adalah sebesar -0,281,

artinya bahwa setiap peningkatan

Coefficients[a]

Model		T	Sig.
1	(Constant)	4,906	,000
	Kualitas Pelayanan	3,579	,001
	Kualitas Produk	2,249	,028
	Harga	-2,121	,038

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Harga secara positif naik 1 (satuan) akan mengakibatkan penurunan keputusan pembelian sebesar -0,281.

5. Variabel yang paling dominan dalam penelitian ini yaitu Kualitas Pelayanan dengan memperoleh nilai Beta sebesar 0,485, yang artinya kualitas pelayanan sangat mempengaruhi keputusan pembelian.

Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,710[a]	,505	,478

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai *adjusted R square* adalah sebesar 0,478. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan harga (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 47,8%, berarti masih ada variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 52,2%, akan tetapi variabel tersebut tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji t (parsial)

Berdasarkan perhitungan diatas maka diketahui bahwa:

1) **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian**

Variabel kualitas pelayanan (X_1) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,579. Sementara t_{tabel} adalah sebesar 1,671 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan sebesar 0,001 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian terbukti bahwa kualitas pelayanan (X_1) secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

2) **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian**

Variabel kualitas produk (X_2) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,249. Sementara t_{tabel} adalah sebesar 1,671 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan sebesar 0,028 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_2 diterima. Dengan demikian terbukti bahwa kualitas produk (X_2) secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

3) **Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian**

Variabel Harga (X_3) memperoleh nilai memperoleh nilai t_{hitung} sebesar -

2,121. Sementara t_{tabel} adalah sebesar 1,671 yang berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikan sebesar 0,038 < 0,05 yang artinya H_0 diterima dan H_3 ditolak. Dengan demikian terbukti bahwa harga (X_3) secara parsial atau individu berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian (Y).Variabel kualitas pelayanan (X2) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 18,266 signifikan pada 0,000. Sementara t_{tabel} adalah sebesar 1,664 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$

Uji F (Simultan)

ANOVA[a]

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	215,778	3	71,926	19,011	,000[b]
Residual	211,872	56	3,783		
Total	427,650	59			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 19,011, sementara F_{tabel} sebesar 2,758 yang berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Dengan demikian, variabel kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan harga (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

KESIMPULAN

1. Ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Warunk Gacoan Cabang Kediri.
2. Ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Warunk Gacoan Cabang Kediri.
3. Tidak ada pengaruh secara parsial antara Harga terhadap keputusan pembelian pada Warunk Gacoan Cabang Kediri.
4. Ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan harga terhadap Keputusan Pembelian pada Warunk Gacoan Cabang Kediri. Dari tiga variabel yang paling kuat pengaruhnya adalah variabel kualitas pelayanan dan yang paling lemah adalah harga.

III. DAFTAR PUSTAKA

Anwar, Iful. 2015. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.* Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 4 No. 12.

Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta

Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran Jasa*, PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, Bandung.

Dinawan, Rhendria. 2010. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian*. Semarang: Harpindo Jaya

Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

.