



**KAJIAN KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi Kasus pada Kafe Kolong, Mastrip, Jember)

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk
menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Khoti Mulyanti

1210411049

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2016**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khoti Mulyanti
NIM : 1210411049
Prodi : Manajeman Ekonomi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **KAJIAN KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KAFE KOLONG, MASTRIP, JEMBER)** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isisnya, sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian peryataan ini Saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta Saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari peryataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 1 Februari 2016

Yang menyatakan,

Khoti Mulyanti
NIM. 1210411049

SKRIPSI

KAJIAN KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Kafe Kolong, Mastrip, Jember)

Oleh :

Khoti Mulyanti

1210411049

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Drs. M. Naely Azhad, Msi.

Dosen Pembimbing Pendamping : Feti Fatimah, SE, MM.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Kajian Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Kafe Kolong, Mastrip, Jember), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 29 April 2016

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Seno Sumowo, SE. MM.

NPK. 01 09 288

Anggota I,

Anggota II,

Drs. M. Naely Azhad, Msi.

Feti Fatimah, SE, MM.

NIP. 19661231199031000

Mengesahkan :

Dekan,

Ketua Program Studi,

Drs. Akhmad Suharto, MP.

Maheni Ika Sari, SE. MM.

NPK. 89 06 242

NIP. 1977081120050120

MOTTO

“Hai orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan kepada Allah dengan sabar
dan shalat, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.”

~ Al-Baqarah: 153 ~

“Hidup ini tidak mudah, tapi tidak ada kesulitan yang tidak memiliki jalan keluar.
Janganlah kita berfokus pada yang sulit, tapi berfokuslah pada yang harus kita
lakukan dengan lebih baik dan segera.”

~ Mario Teguh ~

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, yang telah mendoakan dan memberi kasih sayang serta atas pengorbanannya selama ini.
2. Kedua dosen pembimbing saya, Bapak Drs. M. Naely Azhad, Msi. sebagai Dosen Pembimbing I dan Ibu Feti Fatimah, SE, MM. sebagai Dosen Pembimbing II yang sudah membimbing saya dengan teliti dan sabar, terimakasih.
3. Teman-teman manajemen FE UMJ yang telah mendukung dan berbagi informasi mengenai skripsi.
4. Semua orang yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang telah berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi
5. Almamater yang saya banggakan Universitas Muhammadiyah Jember

ABSTRAK

Penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian di Kafe Kolong, Jember. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian secara parsial dan simultan. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori kualitas produk, harga, lokasi, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kafe Kolong. Sampel yang digunakan sebanyak 50 responden, menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda dengan software SPSS versi 22. Hasil uji t menunjukkan signifikansi kualitas produk (0,002), harga (0,000), lokasi (0,001) dan kualitas pelayanan (0,002) lebih kecil dari 0,05, sehingga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga secara simultan kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas produk (0,304), harga (0,294), lokasi (0,238) dan kualitas pelayanan (0,215) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa 85,7% keputusan pembelian konsumen di Kafe Kolong dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 14,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model atau persamaan.

Kata kunci: kualitas produk, harga, lokasi, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian

ABSTRACT

Research about factors that influence consumers to make purchases at Kafe Kolong, Jember. The purpose of this research is to analyze the influence of quality of product, price, location and quality of service to the purchase decision partial and simultaneous. The theory used in this research is the theory of quality of product, price, location, quality of service and purchasing decisions. This type of research is descriptive quantitative and research design is explanatory. The population in this research is Kafe Kolong consumers. The samples used were 50 respondents, using the technique of non-probability sampling with purposive sampling approach. The analysis tool using multiple linear regression with SPSS software version 22. t-test results showed significant value of quality of product (0.002), price (0,000), location (0.001) and quality of service (0,002) is smaller than 0.05, so that partially have a significant influence to the purchase decision. F test results showed the significant value is 0,000 less than 0.05, so that simultaneous product quality, price, location and quality of service has a significant influence to the purchase decision. Regression analysis showed that the quality of product (0.304), price (0.294), location (0.238) and quality of service (0.215) have a positive influence to the purchase decision. Coefficient determination test shows that 85.7% of consumer purchasing decisions in Kafe Kolong influenced by the quality of product, price, location and quality of service. While the remaining 14.3% is influenced by other variables outside the model or equation.

Key words: quality of product, price, location, quality of service and purchase decisions

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya persembahkan kepada Allah SWT, karena berkat izin dan ridhonya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Kajian Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Kafe Kolong, Mastrip, Jember)”.

Peneliti sadar bahwa laporan ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Drs. Naely Ashad, Msi. sebagai Dosen Pembimbing I dan Ibu Feti Fatimah, SE, MM. sebagai Dosen Pembimbing II yang perhatian dan sabar memberikan segenap waktu dan pemikiran, bimbingan, juga nasehat yang sangat bermanfaat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah membimbing sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi.
3. Teristimewa orang tua tersayang, terima kasih atas dukungan, doa, nasehat, kasih sayang, dan juga perhatian.
4. Teman-teman manajemen FE UMJ, terimakasih untuk doa dan bantuannya.
5. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Sesuai dengan pribahasa yang berbunyi “tak ada gading yang tak retak”, peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti, pembaca dan bagi almamater tercinta.

Jember, 1 Februari 2016

Peneliti

Khoti Mulyanti

NIM. 1210411049

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3.Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Teori	6
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Konseptual	21
2.4 Hipotesis Penelitian	21
BAB 3. METODE PENELITIAN	23
3.1 Identifikasi Variabel	23
3.2 Definisi Operasional Variabel	24
3.3 Desain Penelitian	25
3.4 Jenis Data	26
3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.5.1 Populasi.....	26
3.5.1 Sampel.....	26

3.5.2 Teknik Pengambilan Sampel	27
3.6 Teknik Pengumpulan Data	28
3.7 Metode Analisis Data	30
3.7.1 Uji Instrumen Data	31
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda	31
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	32
3.7.4 Uji Hipotesis.....	34
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.2. Gambaran Umum Responden	37
4.2.1 Karakteristik Responden	37
4.2.2 Analisis Deskriptif Frekuensi Pernyataann Responden.....	39
4.3. Hasil Penelitian.....	47
4.3.1 Uji Instrumen Data	47
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	51
4.3.4 Uji Hipotesis.....	54
4.4 Pembahasan.....	56
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1. Kesimpulan	59
5.2. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Omset Penjualan Kafe Kolong	3
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Ini Dengan Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	38
Tabel 4.2 Usia Responden.....	38
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	39
Tabel 4.4 Frekuensi Responden Terhadap Indikator x.1.1	40
Tabel 4.5 Frekuensi Responden Terhadap Indikator x.1.2	40
Tabel 4.6 Frekuensi Responden Terhadap Indikator x.1.3	41
Tabel 4.7 Frekuensi Responden Terhadap Indikator x.2.1	41
Tabel 4.8 Frekuensi Responden Terhadap Indikator x.2.2	42
Tabel 4.9 Frekuensi Responden Terhadap Indikator x.2.3	42
Tabel 4.10 Frekuensi Responden Terhadap Indikator x.3.1.....	43
Tabel 4.11 Frekuensi Responden Terhadap Indikator x.3.2.....	43
Tabel 4.12 Frekuensi Responden Terhadap Indikator x.3.3.....	44
Tabel 4.13 Frekuensi Responden Terhadap Indikator x.4.1.....	44
Tabel 4.14 Frekuensi Responden Terhadap Indikator x.4.2.....	45
Tabel 4.15 Frekuensi Responden Terhadap Indikator x.4.3.....	45
Tabel 4.16 Frekuensi Responden Terhadap Indikator y.1	46
Tabel 4.17 Frekuensi Responden Terhadap Indikator y.2	46
Tabel 4.18 Frekuensi Responden Terhadap Indikator y.3	47
Tabel 4.19 Validitas Kuisioner	48
Tabel 4.20 Reliabilitas Kuisioner	49
Tabel 4.21 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	49
Tabel 4.22 Hasil Uji Multikolonieritas.....	51
Tabel 4.23 Hasil Uji t.....	54
Tabel 4.24 Hasil Uji F.....	55
Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses <i>Perceptual</i> oleh Solomon (Ferrinadewi, 2008).....	8
Gambar 2.2. Tahap Proses Keputusan Pembelian	19
Gambar 2.3. Kerangka Konseptual	21
Gambar 4.1 Grafik Scatterplot.....	52
Gambar 4.2 Grafik Histogram	53
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	xv
Lampiran 2. Rekapitulasi Data Responden & Kuesioner	xviii
Lampiran 3. Output SPSS Frekuensi Pernyataan Responden	xx
Lampiran 4. Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas.....	xxiii
Lampiran 5. Output SPSS Regresi Linier Berganda & Uji Asumsi Klasik.....	xxxvi