

**Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Suasana Resto Terhadap
Keputusan Pembelian
(Studi Pada Resto Waroeng Pati)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat guna menyelesaikan studi akhir
dan untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas
Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang**



Disusun Oleh :

Nama : Erlina Dwi Cahyani
NIM : 17.05.51.0234
Program Studi : S.1 Manajemen

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN
BISNIS UNIVERSITAS STIKUBANK
SEMARANG
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN



Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun disetujui
untuk mengikuti ujian pendaran Skripsi dengan judul :

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN SUASANA

RESTO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Pada Resto Waroeng Pati)

Oleh :

Erlina Dwi Cahyani

NIM: 17.05.51.0234

Program Studi S1-Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang

Semarang, 16 Maret 2021

Dosen Pembimbing



Drs, Bambang Sutedio, M.M

NIDN: 0628036101

HALAMAN PENGESAHAN



PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN SUASANA RESTO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Resto Waroeng Pati)

Oleh:

Nama : Erlina Dwi Cahyani
NIM : 17.05.51.0234
Program Studi : S1-Manajemen

Hasil penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pandadaran Skripsi dan skripsi telah diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal : 16 Maret 2021.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Dosen Pembimbing
(Merangkap Penguji I)

(Drs. Bambang Sutedjo, M.M)

NIDN : 0628036101

Penguji II

(Dr. Robertus Basiya, M.M)

NIDN: 0626026101

Penguji III

(Drs. Rokh Eddy Prabowo, MSi)

NIDN: 0026125911

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis



(Dr. Eris Soekha, S.E., M.Si)

NIDN: 0027037101

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Erlina Dwi Cahyani

NIM : 17.05.51.0234

Program Studi : S.1 Manajemen

Menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN SUASANA RESTO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Resto Waroeng Pati) tidak terdapat keseluruhan atau sebagai tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Adapun saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri itu. Bila kemudian hal terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi ini.

Semarang, 16 Februari 2021

Yang Menyatakan,



(Erlina Dwi Cahyani)

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada:

1. Diri saya sendiri yang sudah berjuang untuk mengerjakannya. Kedua orang tua saya Bapak Anom Widianarko dan Ibu Yaminah tercinta yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun material serta selalu mendoakan yang terbaik untukanaknya. Kakak saya Erlita Damayanti yang selalu menyemangati saya.
2. Dosen pembimbing saya Drs. Bambang Sutedjo, M.M yang telah membimbing dan mengarahkan saya dalam penyusunan karya ilmiah ini.
3. Untuk Maharriffyan, Aviska, Ayu dan Aulia yang sudah membantu saya mengerjakan skripsi dan mendoakan saya.
4. Sahabat saya Shofia, Yayang, Farra dan Fanny yang selalu memberikan semangat dan bantuan dalam segala hal.
5. Untuk penyemangatku BTS (Kim Namjoon, Kim Soekjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung dan Jeon Jungkook) terimakasih karna sudah membuat karya lagu yang indah sebagai penyemangat saya dalam hidup dan skripsian.
6. Teman-teman seperjuangan angkatan 2017 serta Almamaterku Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Penulis,



(Erlina Dwi Cahyani)

MOTTO

“Berani mencoba untuk melihat hasil yang
sesungguhnya”

“Ridho orang tua adalah ridho Allah SWT”

“Berani berbuat harus berani bertanggung jawab”

“Segala niat baik, pasti ada jalannya”

“Love yourself, love my self”

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, persepsi harga dan suasana resto terhadap keputusan pembelian (studi pada Resto Waroeng Pati). Populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang telah atau sudah pernah berkunjung dan membeli sajian dari Resto Waroeng Pati, peneliti mengambil sampel sebanyak 150 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer, dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument penelitian. Data uji SPSS diperoleh informasi bahwa semua indikator dinyatakan valid dan semua variabel dinyatakan reliabel. Berdasarkan dari uji F model ini layak untuk diteliti. Berdasarkan uji T dan koefisien regresi dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, suasana resto berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Suasana Resto, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality, price perceptions and restaurant atmosphere on purchasing decisions (study at Resto Waroeng Pati). The population in this study were customers who had or had visited and bought dishes from Resto Waroeng Pati. The researchers took a sample of 150 respondents. The data used in this research is primary data, using a questionnaire as a research instrument. SPSS test data obtained information that all indicators are declared valid and all variables are declared reliable. Based on the F test, this model is worthy of research. Based on the T test and the regression coefficient, it can be concluded that the variable service quality has no effect on purchasing decisions, perceived price has a positive and significant effect on purchasing decisions, restaurant atmosphere has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Service Quality, Price Perception, Restaurant Atmosphere, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Suasana Resto terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Resto Waroeng Pati)”. Skripsi ini merupakan mata kuliah wajib yang harus ditempuh dalam rangka menyelesaikan pendidikan Sarjana di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu, membimbing, memberikan saran dan dorongan dalam penyelesaian skripsi ini yaitu:

1. Dr. Safik Faozi, M. Hum, selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
2. Dr. Euis Soliha, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
3. Sri Sudarsi, SE, M.Si selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
4. Drs. Bambang Sutedjo, M.M, selaku Dosen Pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dan masukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Widhian Hardiyanti, SMB, M.M, selaku Dosen Wali Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
6. Segenap dosen dan staff karyawan Fakultas Ekonomika Universitas Stikubank Semarang yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan petunjuk dan ilmu kepada penulis.
7. Papah, Mamah dan seluruh keluarga tersayang yang selalu memberikan doa, inspirasi, dukungan dan finansial kepada peneliti sehingga skripsi ini berjalan dengan baik.
8. Semua sahabatku yang selalu memberikan semangat dan doa.
9. Seluruh teman-teman Manajemen angkatan 2017 yang berjuang bersama dari awal perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini terlaksana.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis sudah berusaha maksimal dalam menyusun skripsi ini, tetapi jika pembaca menemukan kekurangan, maka penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN ERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	iii
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKAN.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	5
1.3 PEMBATASAN MASALAH.....	5
1.4 TUJUAN PENELITIAN.....	5
1.5 MANFAAT PENELITIAN.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka.....	7
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	7
2.1.2 Kualitas Layanan.....	15
2.1.3 Persepsi Harga.....	18
2.1.4 Suasana Resto	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Hubungan antar variabel dan pengembangan hipotesis.....	27
2.3.1 Pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian	27
2.3.2 Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian	29
2.3.3 Pengaruh Suasana resto terhadap keputusan pembelian	30
2.4 Model Penelitian.....	31
BAB III METODE DAN DESAIN PENELITIAN	34
3.1 Objek Penelitian.....	34
3.3 Populasi dan Pengambilan Sampel.....	35
3.3.1 Populasi	35
3.3.2 Sampel	36

3.4	Sumber Data.....	37
3.5	Definisi Konsep dan Definisi Konsep Variabel.....	38
3.6	Skala Pengukuran Variabel.....	42
3.7	Uji Instrumen dan Penelitian.....	43
3.7.1	Uji Validitas.....	43
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	44
3.8	Analisis Data.....	44
3.8.1	Analisis Regresi Berganda	44
3.8.2	Uji F.....	45
3.8.3	Uji Koefisien Determinasi.....	45
3.8.4	Uji Hipotesis (Uji t).....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		48
4.1	Hasil Analisis Deskriptif.....	48
4.1.1	Deskripsi Responden	49
4.1.2	Deskripsi Variabel	52
4.2	Hasil Uji Instrumen.....	55
4.2.1	Uji Validitas.....	55
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	58
4.3	Analisis Data.....	59
4.3.1	Uji Regresi Berganda	59
4.3.2	Uji F.....	60
4.3.3	Uji Determinasi	61
4.3.4	Uji Hipotesis.....	61
4.4	Pembahasan.....	61
4.4.1	Kualitas Layanan Tidak Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
4.4.2	Persepsi harga Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian	62
4.4.3	Suasana resto Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian	63
BAB V PENUTUP.....		65
5.1	Kesimpulan.....	65
5.3	Implikasi Penelitian.....	66

5.3.1	Implikasi Teoritis.....	66
5.3.2	Implikasi Manajerial.....	67
5.4	Agenda Penelitian.....	68
DAFTAR PUSTAKA		69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Definisi Konsep dan Variabel	40
Tabel 4.1 Penyebaran Kuesioner	53
Tabel 4.2 Kecukupan Sampel (KMO).....	54
Tabel 4.3 Deskripsi Responden.....	54
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 4.5 Uji Validitas	61
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Berganda.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Proses Keputusan Pembelian	8
Gambar 2.3 Model Konsumer <i>Decision Making Process</i>	17
Gambar 2.4 Model Grafis.....	36