

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI
HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KUALITAS PEMBELIAN**

(Studi Kasus Pada Pelanggan *Mazio Coffee & Bistro Pati*)

SKRIPSI

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

Universitas Stikubank

Semarang



Oleh :

Nama : Teguh Santoso
NIM : 16.05.51.0281
Program Studi : S.1 Manajemen

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK (UNISBANK)**

SEMARANG

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

PERNYATAAN KESIAPAN UJIAN AKHIR

Saya TEGUH SANTOSO, dengan ini menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK,
PERSEPSI HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA PELANGGAN MAZIO COFFEE
& BISTRO PATI)**

adalah benar hasil karya saya dan belum pernah diajukan sebagai karya ilmiah sebagian atau seluruhnya atau pihak lain.

TEGUH SANTOSO
16.05.51.0281

Disetujui Oleh Pembimbing
Kami setuju laporan tersebut diajukan untuk Ujian Tugas Akhir
Semarang, 15 Agustus 2023

ALI MASKUR, S.E., M.KOM.
Pembimbing



Dokumen ini diterbitkan secara elektronik.
Disertai QRCode untuk validasi.

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul
**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA PELANGGAN
MAZIO COFFEE & BISTRO PATI)**

Ditulis oleh
NIM : **16.05.51.0281**
Nama : **TEGUH SANTOSO**

Telah dipertahankan di depan Tim Dosen Penguji Tugas Akhir dan diterima sebagai salah satu syarat
guna menyelesaikan Jenjang Program S1 Program Studi Manajemen pada Fakultas EKONOMIKA
DAN BISNIS Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.

Semarang, 29-08-2023
Ketua



(ALI MASKUR, SE., M.KOM.)
NIDN. 0618076401

Sekretaris



(HARMANDA BERIMA PUTRA, S.E., M.Si)
NIDN. 0611039101

Anggota



(BAMBANG SUTEDJO, DRS., M.M)
NIDN. 0628036101

Mengetahui,
Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang
Fakultas EKONOMIKA DAN BISNIS
Dekan



(Dr. Dra. M. G. KENTRIS INDARTI, S.E., M.Si., Ak., CA.)
NIDN. 0618036702



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR/ SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa TUGAS AKHIR / SKRIPSI dengan Judul :

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA PELANGGAN MAZIO COFFEE & BISTRO PATI)

yang telah diuji di depan tim penguji pada tanggal 16-08-2023, adalah benar hasil karya saya dan dalam TUGAS AKHIR /SKRIPSI ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang saya aku sekolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik TUGAS AKHIR / SKRIPSI yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri.

Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah saya yang telah diberikan oleh Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang batal saya terima.

Semarang, 16-08-2023

Yang Menyatakan



(**TEGUH SANTOSO**)
(NIM. 16.05.51.0281)

SAKSI 1
Tim Penguji



(ALI MASKUR, SE., M.KOM.)

SAKSI 2
Tim Penguji



(HARMANDA BERIMA PUTRA, S.E., M.Si)

SAKSI 3
Tim Penguji



(BAMBANG SUTEDJO, DRS., M.M)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada :

1. Bapak Marjono selaku orang tua saya yang memberikan restu, nasehat dan doa tanpa henti kepada saya.
2. Ibu Sarini selaku orang tua saya yang memberikan restu, nasehat dan doa tanpa henti kepada saya.
3. Bapak Ali Maskur, S.E., M.KOM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, pikiran, serta tenaga dalam membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan karya ilmiah ini.
4. Keluarga saya yang telah memberikan dukungan dan semangat untuk saya dalam penyusunan karya ilmiah ini.
5. Terima kasih kepada Nisyрина Laila Fuziah yang tak henti memberikan bantuannya dalam penyusunan karya ilmiah ini.
6. Teman-teman mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank (Unisbank) Semarang Angkatan 2018.

Penulis

Teguh Santoso

MOTTO

“Bila hari ini kamu merasa **berat**

Maka Ingatlah ada **Orangtua** yang ingin kamu **bahagiakan**”

“Pesen Bapak Ibuk : Ojo ngoyo, Sak titahe, Ojolali Sholawat”

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, persepsi harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi pada pelanggan Mazio Coffee & Bistro Pati). Populasi pada penelitian ini yaitu pelanggan Mazio Coffee & Bistro Pati. Sampel yang diambil peneliti dalam penelitian ini yaitu berjumlah 100 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling yaitu teknik pengumpulan data sampel menggunakan kriteria tertentu. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer, dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument penelitian. Alat yang digunakan dalam analisis penelitian ini yaitu uji validitas dengan loading factor, uji reliabilitas, dengan alpha Cronbach, uji F, koefisien determinasi (R^2). Regresi Linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Produk, Persepsi Harga, lokasi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality, product quality, price perception, and location on purchasing decisions (studies on Mazio Coffee & Bistro Pati customers). The population in this study are Mazio Coffee & Bistro Pati customers. The samples taken by researchers in this study were 100 respondents with a sampling technique using purposive sampling, namely the sample data collection technique using certain criteria. The data used in this study is primary data, using a questionnaire as a research instrument. The tools used in the analysis of this study are the validity test with loading factor, reliability test, Cronbach's alpha, F test, coefficient of determination (R^2). Multiple Linear Regression, and hypothesis testing. The results of this study indicate that service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, perceived price has no significant effect on purchasing decisions, and location has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Service Quality, Product, Perceived Price, Location, Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunianya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul: “PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi kasus Pada Pelanggan *Mazio Coffee & Bistro* Pati)”, skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Ekonomii Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Dalam proses penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, yang selalu memberikan karunia, hidayah serta kemudahan kepada penulis sehingga skripsi dapat diselesaikan.
2. Marjono dan Sarini selaku orang tua saya yang memberikan restu, nasehat dan doa tanpa henti kepada saya.
3. Dr. Edy Winarno, S.T., M.Eng. selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
4. Dr. Dra .M.G. Kentris Indarti, S.E., M.Si., AK., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank (Unisbank) Semarang.

5. Dr. Suhana, S.S., M.M. selaku Kepala Program Studi S1 – Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.
6. Ali Maskur, S.E., M.KOM. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, pikiran, serta tenaga dalam membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Terima kasih kepada Nisyryna Laila Fuziah yang tak henti memberikan bantuannya dalam penyusunan karya ilmiah ini.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 13 Agustus 2023
Yang menyatakan

Teguh Santoso

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
HALAMAN PERSETUJUAN	2
HALAMAN PENGESAHAN	3
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	4
HALAMAN PERSEMBAHAN	5
MOTTO	6
ABSTRAK	7
KATA PENGANTAR	9
DAFTAR ISI	11
BAB I PENDAHULUAN	15
1.1 Latar Belakang	15
1.2 Rumusan Masalah	20
1.3 Tujuan Penelitian	21
1.4 Manfaat Penelitian	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, PENELITIAN EMPIRIS DAN HIPOTESIS	23
2.1 Tinjauan Pustaka	23
2.1.1 Keputusan Pembelian	23
2.1.2 Proses Keputusan Pembeli	28
2.2 Kualitas Layanan	35
2.2.1 Pengertian Kualitas Layanan	35
2.2.2 Faktor dalam meningkatkan Kualitas Layanan	36
2.2.3 Faktor yang Mengurangi Kualitas Pelayanan	37
2.3 Kualitas Produk	39
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk	39
2.3.2 Level Produk	39
2.3.3 Dimensi dan Indikator Kualitas produk	40
2.4 Persepsi Harga	41
2.4.1 Pengertian Persepsi Harga	41
2.4.2 Indikator Persepsi Harga	41

2.5 Lokasi	42
2.5.1 Pengertian Lokasi	42
2.6 Penelitian Terdahulu.....	44
2.7 Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	46
2.7.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	46
2.7.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	47
2.7.3 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	48
2.7.4 Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian	49
2.8 Model Penelitian.....	50
2.8.1 Model Grafis.....	51
BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Obyek Penelitian.....	52
3.2 Populasi dan <i>Sample</i>	52
3.2.1 Populasi.....	52
3.2.2 <i>Sample</i>	52
3.3 Data Penelitian	54
3.3.1 Jenis Data Berdasarkan Sumber.....	54
3.3.2 Teknik Pengumpulan data	54
3.4 Definisi Konsep dan Definisi Operasional variable	55
3.5 Skala pengukuran Variabel	58
3.6 Uji Instrumen Penelitian	59
3.6.1 Uji Validitas	59
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	59
3.7 Uji Model	60
3.7.1 Uji F	60
3.7.2 Koefisien Determinasi.....	60
3.8 Analisa Data	61
3.8.1 Analisis regresi Linear Berganda	61
3.8.2 Uji Hipotesis	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Hasil Analisis Deskriptif.....	63

4.1.1	Deskripsi Responden.....	64
4.1.2	Deskripsi Variabel	65
4.2	Pengujian Instrumen Penelitian	68
4.2.1	Uji Validitas	68
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	72
4.3	Uji Model	73
4.3.1	Uji Signifikan Simultan (Uji F), Uji Determinasi (R^2), Uji Regresi Berganda.....	73
4.3.2	Uji Hipotesis (Uji t)	75
4.4	Pembahasan	77
4.4.1	Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian	77
4.4.2	Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian	78
4.4.3	Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian...	79
BAB V	PENUTUP	81
1.1	Kesimpulan	81
1.2	Keterbatasan Penelitian	82
1.3	Implikasi Penelitian.....	82
1.3.1	Implikasi Teoritis	82
1.3.2	Implikasi Manajerial.....	84
1.4	Agenda Penelitian yang akan datang	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN 1	KUESIONER	92
	KUESIONER PENELITIAN	93
	LEMBAR KUESIONER	94
	PENGALAMAN RESPONDEN.....	95
	LEMBAR KUESIONER	96
LAMPIRAN 2	IDENTITAS RESPONDEN	99
LAMPIRAN 3	TABULASI DATA	103
	TABULASI DATA KUALITAS LAYANAN (X1)	104
	TABULASI DATA KUALITAS PRODUK (X2).....	106
	TABULASI DATA PERSEPSI HARGA (X3)	109

TABULASI DATA LOKASI (X4)	112
TABULASI DATA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)	115
LAMPIRAN 4 HASIL UJI DESKRIPSI RESPONDEN	118
Responden Berdasarkan Umur	119
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	119
Responden Berdasarkan Pekerjaan	119
LAMPIRAN 5 HASIL UJI VARIABEL	120
KUALITAS LAYANAN (X1)	121
KUALITAS PRODUK (X2)	129
PERSEPSI HARGA (X3)	130
LOKASI (X4)	132
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)	134
LAMPIRAN 6 HASIL UJI VALIDITAS	136
KUALITAS LAYANAN (X1)	137
KUALITAS PRODUK (X2)	139
PERSEPSI HARGA (X3)	140
LOKASI (X4)	141
LAMPIRAN 7 HASIL UJI RELIABILITAS	144
KUALITAS LAYANAN (X1)	145
KUALITAS PRODUK (X2)	146
PERSEPSI HARGA (X3)	147
LOKASI (X4)	148