

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN  
*SERVICESCAPE* TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
DALAM MEMILIH *CAFE* TANGGAL TUA DI SURABAYA**

**SKRIPSI**



Oleh : MARCELL

APRILIAN

14110005

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA  
SURABAYA**

**2018**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN  
*SERVICESCAPE* TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
DALAM MEMILIH *CAFE* TANGGAL TUA DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Prasyarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh :

**MARCELL APRILIAN**

**14110005**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA  
SURABAYA**

**2018**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *SERVICESC*CAPE  
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH *CAFE*  
TANGGAL TUA DI SURABAYA**

**OLEH:**

**MARCELL APRILIAN**

**14110005**

Telah disetujui dan diterima untuk diajukan ke tim penguji skripsi

Pembimbing



**Drs. Bruno Hami Pahar, M.M.**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi yang ditulis oleh Marcell Aprilian dengan NPM 14110005

Telah diuji pada tanggal 16 Mei 2018

Dinyatakan LULUS oleh:

Ketua Penguji.



**Lilik Indrawati, S.E, M.M.**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



**Thyophoida W.S.P., S.E, M.M.**

Ketua Program Studi Manajemen



**Lilik Indrawati, S.E, M.M.**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *SERVICESC*APPE  
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH *CAFE*  
TANGGAL TUA DI SURABAYA

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi

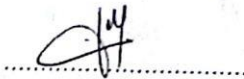
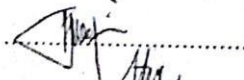

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika

Pada Hari Rabu , 16 Mei 2018

Disusun oleh:

Nama : MARCELL APRILIAN  
NPM : 14110005  
Fakultas : EKONOMI  
Jurusan : MANAJEMEN

**Tim Penguji :**

Nama		
1. Lilik Indrawati, S.E, M.M.	(Ketua)	
2. Drs, Bruno Hami Pahar, M.M.	(Anggota)	
3. Thyophoida W.S.P., S.E, M.M.	(Anggota)	

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini : MARCELL APRILIAN  
NPM : 14110005  
Program Studi : Manajemen Perhotelan  
Fakultas : Ekonomi  
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 20 April 1993  
Alamat : Jl. Gunung Anyar Asri D 18 Surabaya  
Judul Skripsi :

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *SERVICESC*APE TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH *CAFE* TANGGAL TUA DI SURABAYA**

1. Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah sendiri bukan plagiat dan atau karya orang lain.
2. Memperbolehkan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika untuk mempublikasikan seluruh/ sebagian dari isi skripsi ini ke media publikasi. Dengan mencantumkan nama peneliti serta dosen Pembimbing I dan Pembimbing II,

Dengan surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila di kemudian hari ada permasalahan terhadap karya ilmiah ini, maka saya siap bertanggung jawab sesuai dengan hukum yang berlaku.

Surabaya, 18 Juli 2018

Surat pernyataan,



Marcell Aprilian

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul : **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Servicescape* Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Tanggal Tua di Surabaya”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana ekonomi (S.E) program Strata satu (S-1) di Jurusan Manajemen Perhotelan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.

Selama Penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus, yang telah menyertai dan memberikan hikmat untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Orang tua dan keluarga besar, yang selalu mendukung dan mendoakan saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Romo / Bapak Dr. Y. Budi Hermanto, M.M selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika.
4. Ibu Thyophoida W.S.P., S.E, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.
5. Ibu Lilik Indrawati, S.E, M.M selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika.

6. Bapak Drs, Bruno Hami Pahar, M.M selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
7. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika yang telah memberikan pengetahuan dan pengajaran selama saya menjadi mahasiswa.
8. Buat teman-teman Jojobang, Ricard, Ko Orlando, Mbak Retno, Ko Ronald dan semua teman-teman yang telah memberikan banyak dukungan saya dalam menyelesaikan laporan skripsi ini
9. Konsumen Cafe Tanggal Tua Surabaya yang telah membantu kelancaran dalam menyusun skripsi.

Penulis telah berusaha dalam menyusun skripsi ini, namun karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan, dan pengalaman maka penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 12 April 2018

Penulis



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	viii
ABSTRAK .....	ix
BAB I – PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
BAB II – TINJAUAN PUSTAKA .....	7
2.1 LANDASAN TEORI .....	7
2.1.1 Kualitas Produk.....	7
2.1.1.1 Pengertian Kualitas .....	7
2.1.1.2 Pengertian Produk.....	8
2.1.1.3 Pengertian Kualitas Produk.....	9
2.1.1.4 Dimensi Kualitas Produk .....	9
2.1.1.5 Indikator Kualitas Produk .....	10
2.1.2 Harga .....	11
2.1.2.1 Pengertian Harga .....	11
2.1.2.2 Tujuan Penetapan Harga .....	11
2.1.2.3 Indikator Harga .....	12
2.1.2.4 Sasaran Penetapan Harga .....	13
2.1.2.5 Penentuan Kebijakan Harga .....	13
2.1.3 Servicescape .....	14
2.1.3.1 Pengertian <i>Servicescape</i> .....	14
2.1.3.2 Kategori <i>Servicescape</i> .....	14
2.1.3.3 Element-element Bukti Fisik <i>Servicescape</i> .....	15
2.1.3.4 Dimensi <i>Servicescape</i> .....	16
2.1.3.5 Peran <i>Servicescape</i> .....	17
2.1.3.6 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Servicescape</i> .....	17
2.1.4 Keputusan Pembelian Konsumen .....	18
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen .....	18
2.1.4.2 Tipe Pengambilan Keputusan Konsumen .....	19
2.1.4.3 Langkah-langkah Pengambilan Keputusan Pembelian.....	20
2.1.4.4 Faktor Utama Penentu Keputusan Pembelian Konsumen .....	22
2.1.4.5 Dimensi Keputusan Pembelian Konsumen .....	23

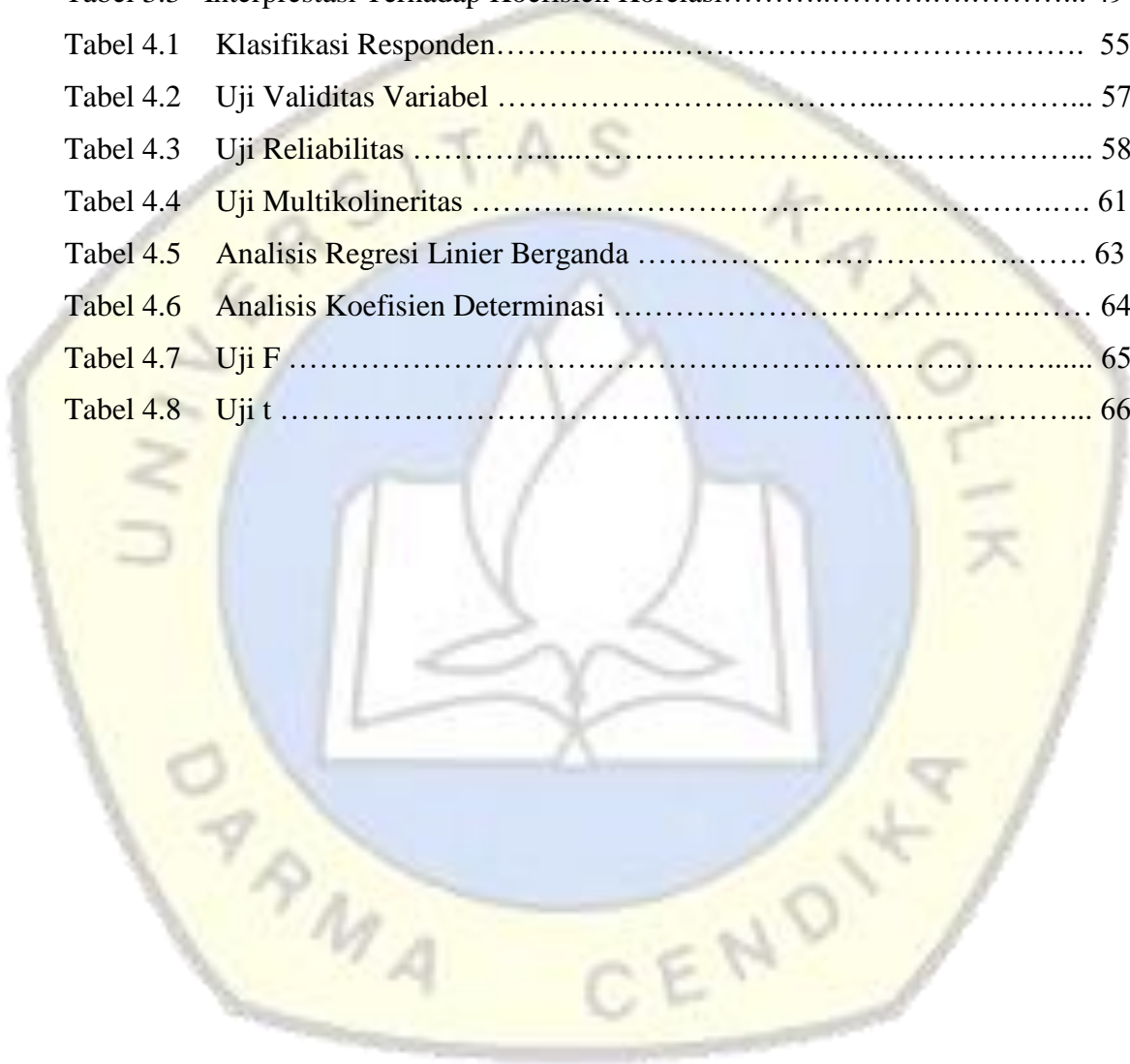
2.1.4.6 Indikator Keputusan Pembelian Konsumen .....	24
2.1.5 Pengaruh Variabel Independen (X) dan Variabel Dependen (Y) .....	25
2.1.5.1 Pengaruh Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian Konsumen .....	25
2.1.5.2 Pengaruh Harga dengan Keputusan Pembelian Konsumen ...	25
2.1.5.3 Pengaruh <i>Servicescape</i> dengan Keputusan Pembelian Konsumen .....	25
2.2 Penelitian Terdahulu .....	26
2.3 Rangka Pemikiran .....	32
2.4 Kerangka Konseptual .....	33
2.5 Hipotesis.....	34
<b>BAB III – METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>35</b>
3.1 Obyek Penelitian .....	35
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data.....	35
3.3 Variabel Penelitian .....	35
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	36
3.5 Populasi dan Sampel .....	39
3.5.1 Populasi .....	39
3.5.2 Sampel .....	39
3.6 Metode dan Analisis Data .....	40
3.6.1 Metode.....	40
3.6.2 Teknik Analisis Data .....	42
<b>BAB IV – HASIL PENELITIAN</b> .....	<b>51</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	51
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	51
4.1.2 Struktur Organisasi .....	51
4.1.3 Tugas dan Tanggung Jawab .....	52
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	55
4.2.1 Identitas Responden .....	55
4.3 Pembahasan dan Analisa Data .....	57
4.3.1 Uji Validitas .....	57
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	58
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	59
4.4.1 Uji Normalitas .....	59
4.4.2 Uji Multikolinieritas .....	60
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	62
4.5 Teknik Analisis .....	63
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	63
4.5.2 Koefisien Determinasi.....	64

4.5.3 Uji Kesesuaian Model Uji F.....	65
4.5.4 Uji Hipotesis Uji t.....	66
BAB V – PENUTUP .....	70
5.1 Kesimpulan .....	70
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA .....	73



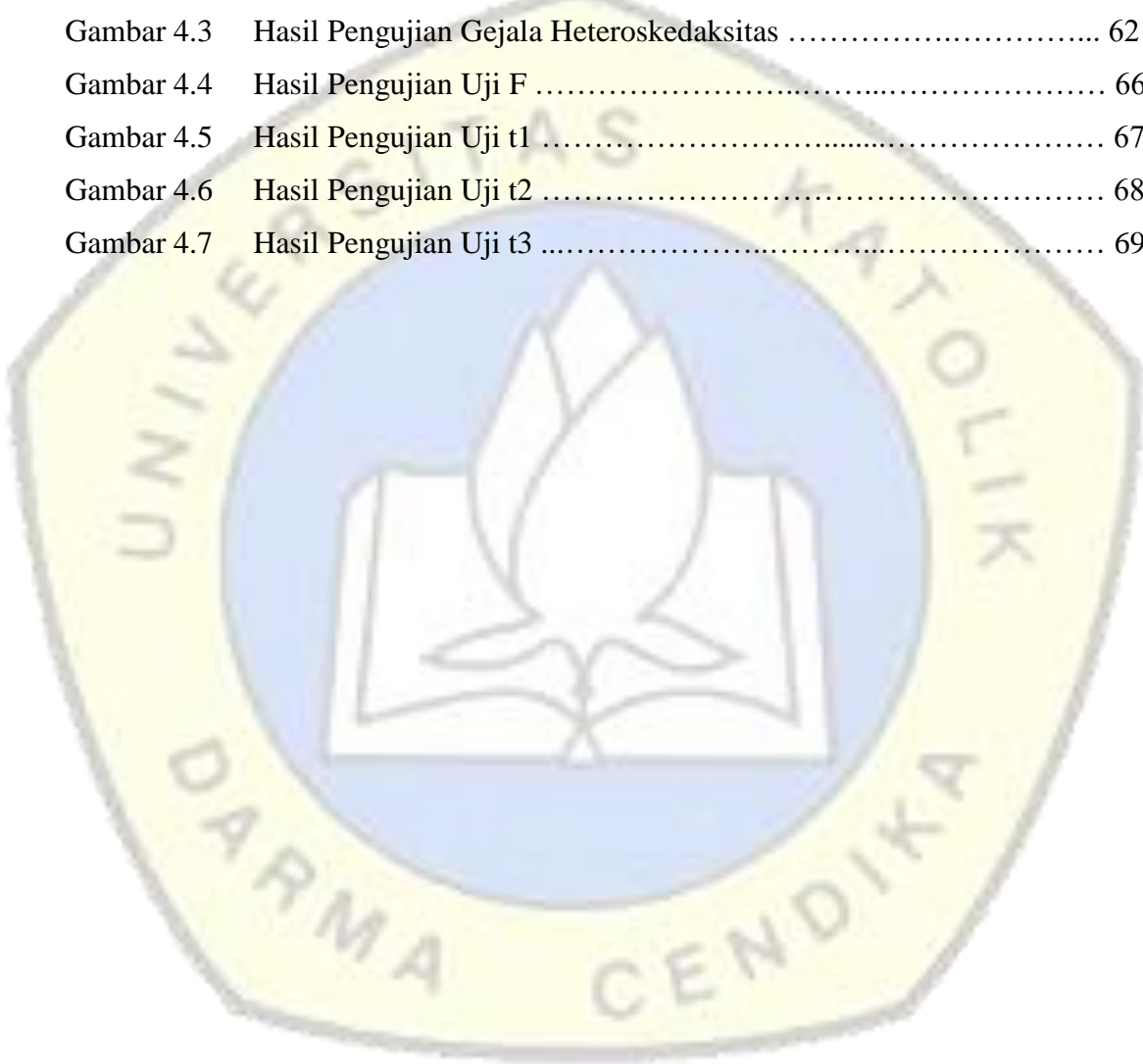
## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Elemen-elemen Bukti Fisik / <i>Servicescape</i> .....	15
Tabel 3.1	Skala Likert .....	42
Tabel 3.2	Skala Keandalan Cronbach's Alpha.....	44
Tabel 3.3	Interprestasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	49
Tabel 4.1	Klasifikasi Responden.....	55
Tabel 4.2	Uji Validitas Variabel .....	57
Tabel 4.3	Uji Reliabilitas .....	58
Tabel 4.4	Uji Multikolinieritas .....	61
Tabel 4.5	Analisis Regresi Linier Berganda .....	63
Tabel 4.6	Analisis Koefisien Determinasi .....	64
Tabel 4.7	Uji F .....	65
Tabel 4.8	Uji t .....	66



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran .....	32
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual .....	33
Gambar 4.1	Struktur Organisasi .....	51
Gambar 4.2	Grafik Normal P-Plot Hasil Uji Normalitas .....	60
Gambar 4.3	Hasil Pengujian Gejala Heteroskedaksitas .....	62
Gambar 4.4	Hasil Pengujian Uji F .....	66
Gambar 4.5	Hasil Pengujian Uji t1 .....	67
Gambar 4.6	Hasil Pengujian Uji t2 .....	68
Gambar 4.7	Hasil Pengujian Uji t3 .....	69



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Quisioner .....
Lampiran 2	Klasifikasi Responden .....
Lampiran 3	Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk .....
Lampiran 3	Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga .....
Lampiran 3	Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Servicescape</i> .....
Lampiran 3	Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian Konsumen .
Lampiran 4	Uji Normalitas .....
Lampiran 4	Uji Multikolinieritas .....
Lampiran 4	Uji Heteroskedaksitas .....
Lampiran 4	Analisis Regresi Linier Berganda .....
Lampiran 4	Analisis Koefisien Determinasi .....
Lampiran 4	Uji F .....
Lampiran 4	Uji t .....



## ABSTRAK

Oleh: Marcell

Aprilian

Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen Perhotelan

Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya

Email: [aprilian.marcell@gmail.com](mailto:aprilian.marcell@gmail.com)

Saat ini perkembangan bisnis kuliner mulai menjamur diberbagai kota besar maupun kota kecil di Surabaya. Melihat kondisi seperti ini membuat para pembisnis mulai mengembangkan usahanya melalu bisnis *Cafe*. Namun dalam menjalankan bisnis kuliner ini juga perlu memperhatikan aspek-aspek yang sesuai dengan permintaan pasar untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan *servicescape* terhadap keputusan pembelian di *Cafe* Tangga Tua Surabaya. Metode pengambilan sampel random sampling dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adjusted r square sebesar 0,108, berarti memiliki sumbangan antar variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 10,8%. Hipotesa pertama menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam memilih *Cafe* terbukti, dimana berdasarkan hasil SPSS versi 16.0 diketahui bahwa nilai  $t_{tabel} (1,6614) < t_{hitung} (2,515)$  dengan tingkat signifikan sebesar  $0,05 > 0,014$  sehingga dapat dikatakan berpengaruh dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam memilih *Cafe*. Hipotesa kedua menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan konsumen dalam memilih *Cafe* terbukti, dimana berdasarkan hasil SPSS diketahui bahwa nilai  $t_{tabel} (1,6614) < t_{hitung} (1,755)$  dengan tingkat signifikan sebesar  $0,05 < 0,083$  sehingga dapat dikatakan berpengaruh tidak signifikan antara harga terhadap keputusan konsumen dalam memilih *Cafe*. Hipotesa ketiga menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *servicescape* terhadap keputusan konsumen dalam memilih *Cafe* tidak terbukti, dimana berdasarkan hasil SPSS diketahui bahwa nilai  $t_{tabel} (-1,6614) < t_{hitung} (-0,939)$  dengan tingkat signifikan sebesar  $0,05 < 0,350$  sehingga dapat dikatakan tidak berpengaruh signifikan antara *servicescape* terhadap keputusan konsumen dalam memilih *Cafe*. Maka *Cafe* Tangga Tua Surabaya harus memperhatikan kualitas produk yang di tawarkan kepada konsumen, semakin kualitas produk di tingkatkan, maka keputusan konsumen akan pembelian produk akan semakin meningkat pula.

Kata kunci : Kualitas produk, harga, *servicescape* dan keputusan pembelian konsumen.

## ABSTRAK

Oleh: Marcell

Aprilian

Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen Perhotelan

Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya

Email: [aprilian.marcell@gmail.com](mailto:aprilian.marcell@gmail.com)

Currently the culinary business development began mushrooming in big cities or small towns in Surabaya. See conditions like this make the pembisnis started developing its business through business Cafe. But in this culinary business also need to pay attention to aspects that correspond to market demand to influence the purchasing decisions of consumers. The purpose of this research is to know the influence of product quality, price, and purchase decisions against servicescape Cafe Date Old Surabaya. Random sampling method sampling by the number of samples as much as 97 respondents.

The results showed that the adjusted r square of 0.108, means having a donation between non variable against the variable of 10.8%. The first hypothesis States that there is a significant influence between the quality of the product against the decision of the consumer in choosing a Cafe, which proved to be based on the results of the SPSS 16.0 version it is known that the value  $t_{table} (1.6614) < t_{hitung} (2.515)$  with significant levels of  $0.05 > 0.014$  so it can be said to be influential and significant between the quality of the product against the decision of the consumer in choosing a Cafe. The second hypothesis stated that there was significant influence between the price of the consumer in choosing a Cafe, which proved to be based on the value of  $t_{table}$  is known that SPSS  $(1.6614) < t_{hitung} (1.755)$  with a significant level of 0.05 so that it can be said  $0.083 < effect$  not significant between the price of the consumer in choosing a Cafe. The third hypothesis stated that there was significant influence between the servicescape against the decision of the consumer in choosing a Cafe not proven, where it is known that SPSS results based on the value of the  $t_{table} (-1.6614) < t_{hitung} (-0.939)$  with the level of significant increase of 0.05 can be said so  $0.350 < no effect$  significant between consumer decision against servicescape in choosing a Cafe. Then the Old Staircase Cafe Surabaya should pay attention to the quality of the products on offer to the consumer, the quality of the product in advance, then the decisions of consumers will purchase products will be increasing anyway. Keyword: product quality, pricing, and consumer purchasing decisions servicescape.

Keyword: product quality, pricing, and consumer purchasing decisions servicescape.



