

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI,  
PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA DEPOT  
AYAM BAKAR PAK 'D' NGINDEN DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

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



**OLEH:**

**URSULA VIONA ADININGSIH  
15110011**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERHOTELAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA  
SURABAYA  
2019**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ursula Viona Adiningsih

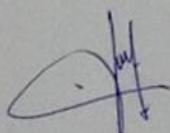
NPM : 15110011

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Perhotelan

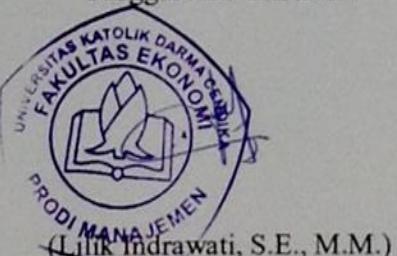
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Depot Ayam Bakar Pak 'D' Nginden di Surabaya

Dosen Pendamping,  
Tanggal 23. Juli 2019



(Lilik Indrawati, S.E., M.M.)

Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
Tanggal 21. Juli 2019



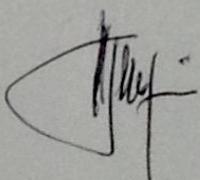
## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh **Ursula Viona Adiningsih**  
dengan **NPM. 15110011**

Telah diuji pada **29 Juli 2019**

dinyatakan **LULUS** oleh:

**Ketua Tim Pengaji:**



(Drs. Ec. Bruno Hami Pahar, M. M.)

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi**



Thyophoida W.S.P., SE, MM

**Ka. Program Studi Manajemen**



Lilik Indrawati, SE, MM

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI, PROMOSI, DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA DEPOT AYAM BAKAR PAK 'D' NGINDEN DI  
SURABAYA

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan

Tim Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika

Jurusan Manajemen

Pada *Senin..., 29.* Juli 2019

Disusun oleh :

Nama : Ursula Viona Adiningsih

NPM : 15110011

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Perhotelan

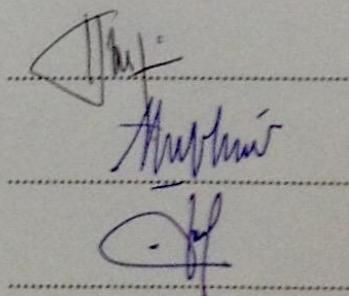
Tim Penguji :

Nama

1. Drs. Ec. Bruno Hami Pahar, M.M.

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

3. Lilik Indrawati, S.E., M.M.



## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ursula Viona Adiningsih

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen Perhotelan

Alamat Asli : Perumahan Kemiri Indah C5 No. 14, Sidoarjo

No Identitas (KTP) : 3515084911950008

Adalah merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal , working paper atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Skripsi (Tugas Akhir) ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah saya memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya termasuk pencabutan gelar kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggungjawab dan integritas.

Surabaya, 29. Juli 2019



Ursula Viona Adiningsih

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Depot Ayam Bakar Pak ‘D’ Nginden di Surabaya”** dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Manajemen (S.M.) program strata satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.

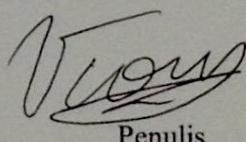
Penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada pihak-pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini dalam mengatasi kendala-kendala yang ada selama penelitian, diantaranya kepada:

1. Dr. Yustinus Budi Hermanto, M.M. selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya,
2. Thyophoida W.S.P., S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya,
3. Lilik Indrawati, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi (Kaprodi) Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya dan sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi,
4. Dr. Maria Widystuti, M.M. selaku dosen wali yang telah memberikan banyak arahan dalam perkuliahan selama 8 (delapan) semester.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi yang telah membantu dalam memberikan ilmu yang berguna selama 8 (delapan) semester dan dalam penyusunan skripsi penulis,
6. Keluarga dan kerabat penulis yang telah mendoakan, mendampingi, memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam penyusunan skripsi,

7. Mas Nicky dan keluarga yang telah mendoakan, mendampingi, memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam penyusunan skripsi,
8. Kepada sahabat-sahabat saya yang telah mendoakan, mendampingi, memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam penyusunan skripsi, yaitu Ni Made, Devi, Denni, Ervan, Cindy, Alena, Alvina, Calvin, Lina, Kolo, Reinha dan masih banyak lagi, yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu,
9. Teman-teman angkatan 2015 yang telah menemani hari-hari penulis selama 4 (empat) tahun perkuliahan,
10. Pak Erik selaku Owner, Mbak Dhani selaku HRD, Pak Yunus selaku Manajer Outlet, Denika dan Mbak Ayu selaku waitress pada Depot Ayam Bakar Pak 'D' Nginden yang telah mengijinkan saya untuk melakukan penelitian, mendampingi, memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam penyusunan skripsi,
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan, semangat dan doa dalam menyelesaikan perkuliahan untuk mendapatkan gelar sarjana.

Sepandai-pandainya tupai melompat pasti akan jatuh juga, demikian dengan penyusunan skripsi ini memiliki kekurangan dimana kiranya pembaca dapat memberikan kritik dan saran guna memperoleh hasil yang lebih baik lagi. Dan kepada pihak-pihak peneliti selanjutnya kiranya dapat mengolah dan mendalami lagi variabel-variabel yang telah disebutkan oleh penulis. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih.

Surabaya, 29. Juli 2019



Penulis

## DAFTAR ISI

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

**KATA PENGANTAR .....** ..... **i**

**DAFTAR ISI .....** ..... **iii**

**DAFTAR TABEL .....** ..... **viii**

**DAFTAR GAMBAR .....** ..... **ix**

**ABSTRAK .....** ..... **x**

**BAB I PENDAHULUAN .....** ..... **1**

    1.1. Latar Belakang Masalah ..... **1**

    1.2. Rumusan Masalah ..... **7**

    1.3. Tujuan Penelitian ..... **7**

    1.4. Manfaat Penelitian ..... **8**

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....** ..... **9**

    2.1. Landasan Teori ..... **9**

        2.1.1. Restoran ..... **9**

            2.1.1.1. Pengertian Restoran ..... **9**

            2.1.1.2. Standar Usaha Restoran ..... **10**

        2.1.2. Kualitas Produk ..... **12**

            2.1.2.1. Pengertian Kualitas ..... **12**

            2.1.2.2. Pengertian Produk..... **12**

            2.1.2.3. Pengertian Kualitas Produk ..... **13**

            2.1.2.4. Perspektif Terhadap Kualitas Produk ..... **14**

2.1.2.5. Indikator Kualitas Produk .....	14
2.1.3. Harga .....	16
2.1.3.1. Pengertian Harga .....	16
2.1.3.2. Tujuan Penetapan Harga .....	17
2.1.3.3. Peranan Harga .....	17
2.1.3.4. Faktor-faktor Penetapan Harga .....	18
2.1.3.5. Indikator Harga .....	18
2.1.4. Lokasi .....	19
2.1.4.1. Pengertian Lokasi .....	19
2.1.4.2. Pertimbangan Faktor Lokasi .....	20
2.1.4.3. Indikator Lokasi .....	20
2.1.5. Promosi .....	21
2.1.5.1. Pengertian Promosi .....	21
2.1.5.2. Tujuan Promosi .....	22
2.1.5.3. Bauran Promosi .....	22
2.1.5.4. Indikator Promosi .....	23
2.1.6. Kualitas Pelayanan .....	24
2.1.6.1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	24
2.1.6.2. Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan .....	25
2.1.6.3. Faktor Utama Dalam Mempengaruhi Kualitas Pelayanan .....	26
2.1.6.4. Indikator Kualitas Pelayanan .....	26
2.1.7. Keputusan Pembelian .....	27
2.1.7.1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	27
2.1.7.2. Faktor-faktor Keputusan Pembelian .....	27

2.1.7.3. Proses Keputusan Pembelian .....	30
2.1.7.4. Indikator Keputusan Pembelian .....	31
2.2. Pengaruh Antar Variabel .....	32
2.2.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	32
2.2.2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	32
2.2.3. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian .....	32
2.2.4. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	33
2.2.5. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	33
2.3. Penelitian Terdahulu.....	34
2.3.1. Penelitian I .....	34
2.3.2. Penelitian II .....	35
2.3.3. Penelitian III .....	37
2.4. Rerangka Pemikiran .....	39
2.5. Kerangka Konseptual .....	40
2.6. Hipotesis Penelitian .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1. Objek Penelitian .....	42
3.2. Pendekatan Penelitian dan Sumber Data .....	42
3.2.1. Pendekatan Penelitian .....	42
3.2.2. Sumber Data .....	42
3.3. Variabel Penelitian .....	43
3.3.1. Variabel Independen .....	43
3.3.2. Variabel Dependen .....	43
3.4. Definisi Operasional .....	43

3.4.1. Variabel Independen .....	43
3.4.2. Variabel Dependen .....	46
3.5. Populasi dan Sampel .....	47
3.5.1. Populasi .....	47
3.5.2. Sampel .....	47
3.6. Metode Pengumpulan Data .....	48
3.7. Teknik Analisis Data .....	50
3.7.1. Uji Validitas .....	50
3.7.2. Uji Reliabilitas .....	51
3.7.3. Uji Asumsi Klasik .....	52
3.7.3.1. Uji Normalitas .....	52
3.7.3.2. Uji Multikolinearitas .....	53
3.7.3.3. Uji Heteroskedastisitas .....	53
3.7.4. Uji Regresi Linear Berganda .....	54
3.7.5. Uji Koefisien Determinasi ( $r^2$ ) .....	55
3.7.6. Uji t .....	56
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>57</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	57
4.1.1. Sejarah Singkat Depot Ayam Bakar Pak ‘D’ Nginden .....	57
4.1.2. Struktur Organisasi Depot Ayam Bakar Pak ‘D’ Nginden .....	58
4.1.3. <i>Job Description</i> .....	58
4.2. Deskripsi Variabel Penelitian .....	61
4.2.1. Karakteristik Responden .....	61
4.3. Pembahasan dan Analisis Data .....	62

4.3.1. Uji Validitas .....	62
4.3.2. Uji Reliabilitas .....	64
4.3.3. Uji Asumsi Klasik .....	65
4.3.3.1. Uji Normalitas .....	65
4.3.3.2. Uji Multikolinearitas .....	66
4.3.3.3. Uji Heteroskedastisitas .....	67
4.3.4. Uji Regresi Linier Berganda .....	68
4.3.5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	70
4.3.6. Uji t .....	71
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>77</b>
5.1. Simpulan .....	77
5.2. Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1. Jumlah Restoran/Rumah Makan Kota Surabaya .....	2
Tabel 2.1. Standar Usaha Restoran .....	10
Tabel 3.1. Skala Likert .....	50
Tabel 3.2. Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi .....	56
Tabel 4.1. Karakteristik Responden .....	61
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas Untuk Semua Variabel .....	63
Tabel 4.3. Hasil Uji Reliabilitas Untuk Semua Variabel .....	64
Tabel 4.4. Hasil Uji Multikolinieritas Untuk Semua Variabel .....	66
Tabel 4.5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	68
Tabel 4.6. Hasil Koefisien Determinan .....	70
Tabel 4.7. Hasil Uji t .....	71

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1. Proses Keputusan Pembelian .....	30
Gambar 2.2. Rerangka Pemikiran .....	39
Gambar 2.3. Kerangka Konseptual .....	40
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Depot Ayam Bakar Pak ‘D’ Nginden .....	58
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas Untuk Semua Variabel .....	65
Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas Untuk Semua Variabel .....	67
Gambar 4.4. Kurva Distribusi Uji t Variabel Kualitas Produk (X1) .....	72
Gambar 4.5. Kurva Distribusi Uji t Variabel Harga (X2) .....	73
Gambar 4.6. Kurva Distribusi Uji t Variabel Lokasi (X3) .....	74
Gambar 4.7. Kurva Distribusi Uji t Variabel Promosi (X4) .....	75
Gambar 4.8. Kurva Distribusi Uji t Variabel Kualitas Pelayanan (X5) .....	76

## ABSTRAK

Memasuki era globalisasi, bisnis kuliner sedang marak dan menjadi *trendcenter* dalam benak pecinta kuliner hingga banyak bermunculan restoran/rumah makan, salah satunya adalah Depot Ayam Bakar Pak ‘D’ Nginden di Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Depot Ayam Bakar Pak ‘D’ Nginden. Metode dalam pengambilan sampel adalah metode *purposive sampling* dengan menggunakan pernyataan kuesioner kepada 125 responden yang merupakan konsumen pada Depot Ayam Bakar Pak ‘D’ Nginden di Surabaya dengan syarat (1) minimal pembelian 1x; (2) usia  $\geq 17$  tahun.

Berdasarkan hasil pengelolahan data dengan program SPSS Statistik versi 22.0, dapat dikatakan bahwa semua item pernyataan valid dan semua variabel dinyatakan reliabel. Kemudian diperoleh hasil adjusted R square sebesar 0,610 atau 61%, artinya kualitas produk (X1), harga (X2), lokasi (X3), promosi (X4), dan kualitas pelayanan (X5) berkontribusi kuat terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Pada uji t didapatkan hasil sebagai berikut : kualitas produk (X1) = 2,252 > 1,98010 dengan tingkat signifikan  $0,026 < 0,050$  artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, harga (X2) = 2,161 > 1,98010 dengan tingkat signifikan  $0,033 < 0,050$  yang artinya harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, lokasi (X3) = 0,466 < 1,98010 dengan tingkat signifikan  $0,642 > 0,050$  yang artinya lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, promosi (X4) = 3,729 > 1,98010 dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,050$  yang artinya promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, dan kualitas pelayanan = 2,363 > 1,98010 dengan tingkat signifikan  $0,020 < 0,050$  yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Depot Ayam Bakar Pak ‘D’ Nginden di Surabaya. Variabel promosi yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian konsumen pada Depot Ayam Bakar Pak ‘D’ Nginden di Surabaya.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian.*

## ABSTRACT

Entering the era of globalization, culinary business is booming and becoming a trend center in the minds of culinary lovers to the emergence of many restaurants / restaurants, one of which is Depot Ayam Bakar Pak 'D' Nginden in Surabaya. This study aims to determine the effect of product quality, price, location, promotion, and quality of service on consumer purchasing decisions at Depot Ayam Bakar Pak 'D' Nginden. The method in sampling is purposive sampling method by using a questionnaire statement to 125 respondents who are consumers at Depot Ayam Bakar Pak 'D' Nginden in Surabaya with the terms (1) minimum purchase of 1x; (2) age  $\geq$  17 years.

Based on the results of data management with the SPSS Statistics program version 22.0, it can be said that all statement items are valid and all variables are declared reliable. Then obtained adjusted R square results of 0.610 or 61%, meaning product quality (X1), price (X2), location (X3), promotion (X4), and service quality (X5) contribute strongly to consumer purchasing decisions (Y). In the t test, the following results were obtained: product quality (X1) =  $2.252 > 1.98010$  with a significant level of  $0.026 < 0.050$  meaning that product quality significantly influenced the purchase decision, price (X2) =  $2.161 > 1.98010$  with a significant level of  $0.033 < 0.050$  which means that the price has a significant effect on consumer purchasing decisions, location (X3) =  $0.466 < 1.98010$  with a significant level of  $0.642 > 0.050$  which means location has no effect on consumer purchasing decisions, promotion (X4) =  $3.729 > 1.98010$  with a significant level of  $0.000 < 0.050$  which means promotion has a significant effect on consumer purchasing decisions, and service quality =  $2.363 > 1.98010$  with a significant level of  $0.020 < 0.050$  which means that service quality has a significant effect on consumer purchasing decisions at Depot Ayam Bakar Pak 'D' Nginden in Surabaya. The promotion variable which has the biggest influence on consumer purchasing decisions at Depot Ayam Bakar Pak 'D' Nginden in Surabaya.

*Keyword:* *Product Quality, Price, Location, Promotion, Quality of Service, and Purchasing Decisions.*