

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK,
DAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN di *LITTLE FLOCK CAFÉ*
SURABAYA.



OLEH :

NICODEMUS ROMANDA
201160002

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
2024

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK,
DAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN di *LITTLE FLOCK CAFÉ*
SURABAYA.**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH :

**NICODEMUS ROMANDA
20116002**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Nicodemus Romanda
NPM : 201160002
Fakultas : Ekonomi
Prodi : Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk,
dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen Little Flock Café
Surabaya

Dosen Pembimbing

Tanggal.....

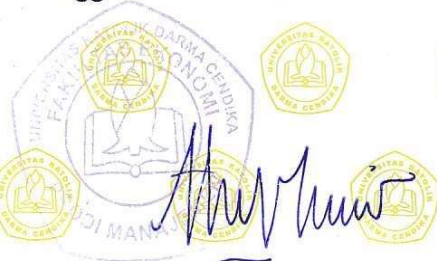


Stephanie Astrid Ayu. S.E., M.M

Mengetahui

Ketua Program Studi

Tanggal.....



Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN
PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN DI *LITTLE FLOCK CAFE* SURABAYA**

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan

Tim Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika

Jurusan Manajemen

Pada Hari Senin Tanggal 05 Februari Tahun 2024

Disusun oleh:

Nama : Nicodemus Romanda

NPM : 201160002

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Tim Penguji

Ketua :
Drs. Bruno Hami, M.M

Anggota :
1. Dr. Thyphoida W.S Panjaitan, M.M

2. Stephanie Astrid Ayu, S.E., M.M

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Nicodemus Romanda
dengan NPM 201160002

Telah diuji pada hari Senin, 5 Februari 2024
Dinyatakan LULUS oleh:

Ketua Tim Penguji



.....
Drs. Bruno Hami., M.M

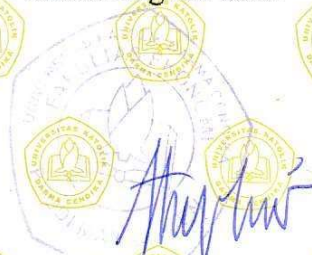
Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



.....
Dr. Lilik Indrawati, M.M

Ketua Program Studi



.....
Dr. Thyopoida W.S Panjaitan, M.M

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nicodemus Romanda
Fakultas / Prodi : Ekonomi / Manajemen Pemasaran
Alamat Asli : Jl. Kelud 118A Kertorejo Ngoro Jombang
No Identitas (KTP/SIM) : 3517033108960001

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul:
Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan *Personal Selling* Terhadap
Keputusan Pembelian Konsumen di Little Flock Cafe Surabaya

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 memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Apabila kemudian 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 termasuk pencabutan gelar kesarjanaan.

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

Surabaya, 20 Januari 2024
Hormat Saya,



Nicodemus Romanda

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul: **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian di Little Flock Cafe Surabaya**. Skripsi ini merupakan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana ekonomi (S.E) program Strata satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

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, oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus karena Cinta Kasih dan Karunia-Nya, saya mampu menyelesaikan penelitian ini.
2. Ibu Dr. Thyphoida W.S Panjaitan, M.M selaku dosen wali yang telah menjadi dosen wali yang membantu saya dalam menyusun mata kuliah yang diambil dan konsultasi lainnya.
3. Ibu Stephanie Astrid Ayu, S.E., M.M selaku dosen pembimbing dalam penyusunan skripsi yang telah sabar membantu saya dengan segala drama yang ada.
4. Kedua orang tua saya yang telah mendukung saya selama ini walaupun jarak yang lumayan jauh memisahkan kita.
5. Teman-teman Squidsquad (Victor, Marcella, Eveline) yang telah bersama-sama berjuang selama 3.5 tahun untuk bisa bersama menyelesaikan skripsi masing-masing walaupun disambi dengan bekerja, menerjang badai, menghadapi kejamnya perkotaan.
6. Teman-teman komunitas SMCC Next yang telah mendukung saya secara rohani maupun jasmani.
7. Teman-teman CC Terang yang selalu mendukung dan mendoakan saya agar cepat lulus.
8. Satrio, Daniel Qyonk, Yosa yang selalu tidak menerima saran dari saya karena saya masih SMK, dan sekarang saya sudah S1.
9. Rekan-Rekan Kerja PT Andalan Bangun Bhuana Baru yang terus menyemangati saya untuk menyelesaikan studi S1 Manajemen di UKDC.
10. Daniela Yusak yang secara khusus menemani saya, sebagai teman, sahabat, adik, atau apapun itu dalam menyelesaikan penelitian ini.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	V
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIII
ABSTRAK	XIV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	5
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	6
1.4 MANFAAT PENELITIAN	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1.1 Kualitas Pelayanan.....	7
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	7
2.1.1.2 Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan	7
2.1.1.3 Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan.....	8
2.1.1.4 Indikator Kualitas Pelayanan	8
2.1.2 Kualitas Produk	9
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	9
2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.	10
2.1.2.3 Dimensi Kualitas Produk	10
2.1.2.4 Indikator Kualitas Produk	11
2.1.3 <i>Personal Selling</i>	11
2.1.3.1 Pengertian <i>Personal Selling</i>	11
2.1.3.2 Keuntungan dan Kerugian dari <i>Personal Selling</i>	12
2.1.3.3 Sifat <i>Personal Selling</i>	12
2.1.3.4 Indikator <i>Personal Selling</i>	13
2.1.4 Keputusan Pembelian	13
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	14
2.1.4.3 Proses Keputusan Pembelian	14
2.2 PENGARUH ANTAR VARIABEL.....	15
2.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	15
2.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	15

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/penggunaan/pengutipan yang tidak sesuai undang-undang akan dipertanggungjawabkan.





2.2.3 Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian	15
2.3 PENELITIAN TERDAHULU.....	15
2.3.1 Jurnal I	15
2.3.2 Jurnal II.....	16
2.4 RERANGKA PEMIKIRAN	18
2.5 KERANGKA KONSEPTUAL.....	19
2.6 HIPOTESIS.....	19

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 20

3.1 OBYEK PENELITIAN	20
3.2 PENDEKATAN PENELITIAN DAN SUMBER DATA.....	20
3.2.1 Pendekatan Penelitian.....	20
3.2.2 Sumber Data	21
3.3 VARIABEL PENELITIAN.....	22
3.4 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL DAN PENGUKURANNYA	23
3.4.1 Variabel Bebas (Dependent).....	23
3.4.1.1 Kualitas Pelayanan (X_1).....	23
3.4.1.2 Kualitas Produk (X_2)	24
3.4.1.3 <i>Personal Selling</i> (X_3)	25
3.4.2 Indikator Terikat (<i>Independent</i>).....	27
3.4.2.1 Keputusan Pembelian (Y)	27
3.5 POPULASI DAN SAMPEL	27
3.5.1 Populasi	27
3.5.2 Sampel	28
3.6 METODOLOGI DAN TEKNIK ANALISIS DATA.....	29
3.6.1 Metodologi Pengumpulan Data	29
3.6.2 Teknik Analisis Data	29
3.6.3 Teknik Analisis Data	30
3.6.3.1 Uji Validitas	30
3.6.3.2 Uji Reliabilitas	30
3.6.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.6.3.3.1 Uji Multikolinearitas.	31
3.6.3.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	31
3.6.3.3.3 Uji Normalitas.	32
3.6.3.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	33
3.6.3.3.5 Uji Koefisien Determinan (R^2).....	33
3.6.3.3.6 Uji t.....	34

BAB IV PEMBAHASAN 35

4.1 GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	35
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	35
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	37
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	37
4.1.4 Job Description	38
4.2 DESKRIPSI HASIL PENELITIAN	39



Karya ilmiah milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

4.2.1 Karakteristik Responden.....	39
4.3 PEMBAHASAN DAN PENGOLAHAN DATA	40
4.3.1 Uji Instrumen Penelitian.....	40
4.3.1.1 Uji Validitas	40
4.3.1.2 Uji Deskriptif	43
4.3.1.3 Uji Reliabilitas	43
4.3.1.4 Uji Multikolinearitas	48
4.3.1.5 Uji Heterokedastisitas	48
4.3.1.6 Uji Normalitas.....	49
4.3.1.7 Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
4.3.1.8 Uji Koefisien Determinan (R^2)	52
4.3.1.9 Uji t.	52
BAB V PENUTUP.....	57
5.1 SIMPULAN	57
5.2 SARAN.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Gerai Kedai Kopi di Surabaya.....	1
Tabel 1.2 Data Penjualan <i>Little Flock Cafe</i> (2020-2022)	3
Tabel 2.2 Tabel Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....	16
Tabel 2.4 Tabel Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....	17
Tabel 3.2 Skor Pernyataan dengan menggunakan Skala <i>Likert</i>	21
Tabel 3.3 Skor Pernyataan dengan menggunakan Skala <i>Likert</i>	29
Tabel 3.4 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.	40
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas X2 (Kualitas Produk).....	41
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas X3 (<i>Personal Selling</i>)	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Y (Keputusan Pembelian).....	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.8 Rentang Skala <i>Likert</i>	44
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Kuesioner Variabel X ₁ (Kualitas Pelayanan)	44
Tabel 4.10 Hasil Jawaban Kuesioner Variabel X ₂ (Kualitas Produk)	45
Tabel 4.11 Hasil Jawaban Kuesioner Variabel X ₃ (<i>Personal Selling</i>).....	46
Tabel 4.12 Hasil Jawaban Kuesioner Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	47
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinan (R ²)	52
Tabel 4.16 Hasil Uji t.....	53

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan penelitian. Semua bentuk penyalangan/ pengutipan akan dipertanggungjawabkan.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran	18
Gambar 2.2_Kerangka Konseptual	19
Gambar 4.1_Struktur Jabatan Little Flock Cafe Surabaya	37
Gambar 4.2_Hasil Uji Heterokedastisitas	49
Gambar 4.3_Hasil Uji Normalitas	50
Gambar 4.4_Kurva Distribusi Uji t Variabel Kualitas Pelayanan (X_1).....	53
Gambar 4.5_Kurva Distribusi Uji t Variabel Kualitas Produk (X_2).....	54
Gambar 4.6_Kurva Distribusi Uji t Variabel Personal Selling (X_3)	55

Karya ilmiah milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/dagialan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1_Kuesioner Penelitian	65
LAMPIRAN 2_Data Responden	69
LAMPIRAN 3_Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner	73
LAMPIRAN 4_Uji Deskriptif	78
LAMPIRAN 5_Uji Validitas.....	80
LAMPIRAN 6_Uji Reliabilitas	85
LAMPIRAN 7_Uji Normalitas & Heterokedastisitas	87
LAMPIRAN 8_Koefisien Determinasi (R^2), dan Uji t.....	89

Karya ilmiah milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/pengalihan hak akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



ABSTRAK

Oleh:
Nicodemus Romanda

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan *personal selling* terhadap keputusan pembelian konsumen di *Little Flock Cafe* Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana teknik pengumpulan data yang diambil langsung dengan menggunakan kuesioner atau angket. Objek dari penelitian ini adalah semua pembeli *Little Flock Cafe* Surabaya. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 75 responden. Kriteria responden adalah konsumen yang telah melakukan pembelian minimal satu kali di *Little Flock Cafe* Surabaya. Pengolahan data menggunakan SPSS versi 25.

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa semua item pernyataan masing-masing variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid dimana nilai r hitung $>$ r tabel. Semua variabel dinyatakan reliabel dengan nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0.50. Hasil uji asumsi klasik seperti normalitas, multikolinearitas dan heterkedastisita semua terpenuhi.

Hasil persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini adalah $Y = 11,636 + (-0,054)X_1 + 0,479X_2 + 0,352X_3$. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan *personal selling* terhadap keputusan pembelian konsumen di *Little Flock Cafe* Surabaya, berdasarkan pada nilai *Adjusted R square* sebesar 48,5% artinya variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan *Personal Selling* berkontribusi sedang terhadap Keputusan Pembelian. Hasil uji t menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan Kualitas Produk dan *Personal Selling* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, *Personal Selling*, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

By:

Nicodemus Romanda

This study aims to examine the influence of service quality, product quality, and personal selling on consumer purchasing decisions at Little Flock Cafe Surabaya. This research is quantitative in nature, employing data collection techniques through direct administration of questionnaires or surveys. The subjects of this study are all customers of Little Flock Cafe Surabaya, with a sample size of 75 respondents. Respondents are defined as consumers who have made at least one purchase at Little Flock Cafe Surabaya. Data processing is conducted using SPSS version 25.

The results of data processing indicate that all statement items of each variable in this study are deemed valid, as the calculated r-value exceeds the table r-value. All variables are considered reliable, with Cronbach Alpha values exceeding 0.50. Classical assumption tests such as normality, multicollinearity, and heteroscedasticity are all met. The multiple linear regression equation in this study is $Y = 11.636 + (-0.054)X_1 + 0.479X_2 + 0.352X_3$. The extent of the influence of service quality, product quality, and personal selling on consumer purchasing decisions at Little Flock Cafe Surabaya, based on the Adjusted R square value of 48%, indicates that the variables of Service Quality, Product Quality, and Personal Selling moderately contribute to Purchase Decisions. The t-test results indicate that Service Quality does not significantly influence Purchase Decisions, whereas Product Quality and Personal Selling significantly affect Purchase Decisions.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Personal Selling, Purchase Decisions.

