

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KEDAI
CS WARUNG KOPI MENDUNGAN KARTASURA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

ARTI WIDAYANTI
B 100120306

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2015

HALAMAN PENGESAHAN

Yang Bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:
**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KEDAI CS
WARUNG KOPI MENDUNGAN KARTASURA**

Yang ditulis oleh:

ARTI WIDAYANTI
B100120306

Penandatanganan berpendapat bahwa usulan penelitian tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 18 Desember 2015

Pembimbing



(Drs. M. Nasir, M.M)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Priyono, SE, M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **ARTI WIDAYANTI**
NIRM : **12.6.106.02016.500.306**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,
HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI KEDAI CS WARUNG KOPI
MENDUNGAN KARTASURA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila di kemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 18 Desember 2015

Yang Membuat Pernyataan,

ARTI WIDAYANTI

MOTTO

Sesungguhnya, Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya.

(QS At-Tiin 4)

Sesungguhnya setiap perubahan itu bergantung niatnya. Dan sesungguhnya setiap orang akan dibalas berdasarkan apa yang dia niatkan.

(HR Al-Bukhari dan Muslim)

Seseorang tidak akan pernah dikatakan betul-betul gagal, sampai ia benar-benar menyerah, yang kemudian melemahkan segala impian dan harapan.

(Febrianti Almera)

Be positive! Be positive! You can do it!

Dengan pikiran, seseorang bisa menjadikan dunianya berbunga-bunga atau berduri-duri.

(Socrates)

Jangan hanya mengejar kehidupan duniawi, kejarlah surga TuhanMu.

(Arti Wida)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya kecil ini spesial untuk:

1. Allah SWT, yang telah memberikan hidup dan memegang kematian setiap makhluk, tanpa-Nya tulisan ini tiada bermakna.
2. Bapak dan Ibu tercinta (Sutiman, S.Sn dan Siti Lestari) yang tidak pernah berhenti memberikan kasih sayang, semangat, pengorbanan, doa serta kebahagiaan dalam keluarga, serta kakakku tersayang Ahmad Hudai semoga lekas menyelesaikan studinya di FKIP Bahasa Jawa Universitas Bangun Nusantara.
3. Yang tersayang Yahya Setiawan, terimakasih atas kesabarannya.
4. Seluruh keluarga besarku, sahabat dan teman-teman tersayang.
5. Almamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Surakarta.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan mengucapkan rasa puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KEDAI CS WARUNG KOPI MENDUNGAN KARTASURA”**.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini, penulis tidak lupa untuk menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Triyono, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, SE, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak M. Nasir, M.M, selaku Dosen Pembimbing Skripsi bagi penulis yang telah banyak memberikan arahan, ilmu dan bimbingannya.
4. Bapak Imron Rosyadi, SE, M.Si selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan saran dalam penyusunan Skripsi.

5. Bapak Drs. Agus Muqorrobin, M.M selaku dosen pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan saran selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
7. Bapak Sutiman, S.Sn dan Ibu Siti Lestari, terima kasih Bapak dan Ibu tercinta atas kasih sayang, kesabaran, doa, serta jasa-jasanya yang tidak pernah lelah maupun mengeluh dalam mendidik, menyayangi dan memberikan cinta yang tulus ikhlas kepada penulis semenjak kecil sampai penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan penulisan skripsi ini.
8. Yahya Setiawan yang selalu memberikan motivasi terhadap penulis sehingga mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabatku semua (Mitia, Satiti, Hany, Puri, Titi, Tika, Ammi, Elsie, Vivi, Sri, Hanny, Susi, Yosi, Jihan, Winda, Desyana, Sinta, Manda, Pungky, Wawan, Dody, Lutfi, Dayat, Handy, Franky, Chandra, Kiki, Hantoro, Benny, Amak, Danang, Tama, Denis, Wisnu, Yudhi, Bian, Mas Kembar, Mas Farid, Mas Bagas) atas kebersamaan dan semangat yang diberikan kepada penulis.
10. Semua pihak yang telah membantu dan yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Semoga dengan terselesaikannya skripsi ini dapat memberikan manfaat, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi kita semua serta menambah wawasan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri dan kemajuan pendidikan di masa yang akan datang.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 18 Desember 2015

Penulis

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'A' followed by several vertical strokes and a horizontal line at the bottom.

ARTI WIDAYANTI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Kualitas Pelayanan	8
2. Harga	11

3. Lokasi	14
4. Keputusan Pembelian	16
B. Kerangka Pemikiran	17
C. Hipotesis	17
D. Penelitian Terdahulu	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
A. Jenis Penelitian.....	21
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	21
1. Variabel Penelitian	21
2. Definisi Operasional.....	22
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	24
1. Populasi	24
2. Sampel	24
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	25
D. Jenis dan Sumber Data	25
E. Metode Pengumpulan Data	25
1. Kuesioner.....	25
2. Studi Pustaka	26
F. Teknik Analisis Data	26
1. Uji Instrumen Penelitian.....	26
a. Uji Validitas.....	26
b. Uji Reliabilitas	27
c. Uji Normalitas	27

2. Uji Hipotesis Penelitian.....	27
a. Analisis Regresi Berganda.....	27
b. Uji t.....	28
c. Uji F.....	29
d. Koefisien Determinan (R^2).....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
A. Deskripsi Responden	31
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	31
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	
Terakhir	32
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	
Saat Ini	33
B. Analisis Data	34
1. Pengujian Instrumen Penelitian	34
a. Uji Validitas.....	34
b. Uji Reliabilitas	36
c. Uji Normalitas	37
C. Uji Hipotesis Penelitian	38
1. Uji T	39
2. Uji F	40
3. Koefisien Determinasi (R^2)	40
D. Pembahasan Hasil Penelitian	41

BAB V PENUTUP.....	43
A. Kesimpulan	43
B. Keterbatasan Penelitian	44
C. Saran.....	44

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	22
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	31
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	33
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	33
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Harga	35
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Lokasi.....	35
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	36
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	36
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	37

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran	18
Gambar 4.1 Hasil Analisis Uji Regresi Linier Berganda.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A. Kuesioner Penelitian
- Lampiran B. Tabulasi Hasil Penelitian
- Lampiran C. Uji Reliabilitas
- Lampiran D. Uji Validitas
- Lampiran E. Uji Normalitas
- Lampiran F. Uji Hipotesis

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan membeli di sebuah kedai kopi. Lebih lanjut lagi, penelitian ini merupakan kausal riset yang meneliti hubungan kausal antara variabel dependen (keputusan membeli), dan variabel independen (kualitas pelayanan, harga, dan lokasi). Dengan menggunakan metode survei untuk pengumpulan data, penelitian ini melibatkan 100 pelanggan yang pernah berkunjung ke Kedai CS Warung Kopi untuk dijadikan sampel penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyertakan analisis regresi berganda. Analisis tersebut memasukkan uji validitas, reliabilitas, dan normalitas, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis dengan uji t dan F, serta R Square (R^2).

Merujuk pada hasil penelitian ini, kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli, sementara lokasi (X_3) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli. Selanjutnya, uji F menunjukkan adanya pengaruh simultan antara kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan membeli dibuktikan dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai R Square (R^2) diperoleh sebesar 0,429. Hal ini menunjukkan bahwa variasi variabel keputusan pelayanan (X_1), harga (X_2), lokasi (X_3) sebesar 42,9%. Tidak kalah penting, variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan membeli di Kedai CS Warung Kopi adalah kualitas pelayanan (X_1) dibuktikan dengan nilai regresi 0,508.

Kata kunci: kualitas pelayanan, harga, lokasi, keputusan membeli.

ABSTRACT

This study has the objective to analyze the influence of service quality, price, and location on purchasing decision in a selected coffee shop. Furthermore, this study is a casual research which examines the causal relationships between dependent variable (purchasing decision), and independent variables (service quality, price, and location). Using survey method for the data collection, this study involved 100 customers who come in Kedai CS Warung Kopi as the research samples.

Analytical methods used in this research are quantitative analysis of multiple regression analysis. This analysis includes: validity, reliability, and normality, multiple regression analysis, hypothesis testing by t test and F test, and R square (R^2).

According to the result of the analysis, service quality (X_1) and price (X_2) influence positively and significantly on the purchasing decision, while location (X_3) does not influence positively and significantly on the purchasing decision. Hereafter, the F test shows that there is a simultant effect between quality service, price, and location toward purchasing decision, proved by significance level valued at $0,000 < 0,05$. Rated R square (R^2) obtained at 0,429. This means that the variation of the variable changes in the purchasing decision can be explained by the variable quality of service (X_1), price (X_2), location (X_3) amounted to 42,9%. Last but not least, the most dominant variable to influence the purchasing intention in Kedai CS Warung Kopi is service quality (X_1) proved by regression score valued at 0,508.

Keywords: service quality, price, location, purchasing decision