



**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga
Terhadap Keputusan Pembelian
(Studi pada Konsumen di Peacockoffie Jl. Gajahmada Semarang)**

Skripsi

**Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan
Pendidikan Strata 1
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

Nama : Giswa Ramadhani Wibisono

NIM : 14020215120048

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2019

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

(SKRIPSI)

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Giswa Ramadhani Wibisono

NIM : 14020215120048

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian
(Studi Pada Konsumen Peacockoffie Gajahmada Semarang)**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 2 Juli 2019

Pembuat Pernyataan,

Giswa Ramadhani Wibisono

NIM. 14020215120048

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Peacockoffie Gajahmada Semarang)**

Nama Penyusun : **Giswa Ramadhani Wibisono**

NIM : **14020215120048**

Departemen : **Administrasi Bisnis**

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1.

Semarang, 2 Juli 2019

Dekan



Dr. Hardi Warsono, M.T.P
NIP.19640827.199001.1.001

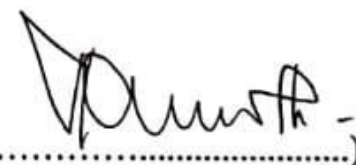
Wakil Dekan I



Dr. Hedi Pudojo Santoso, M.Si.
NIP. 19610510.198902.1.002

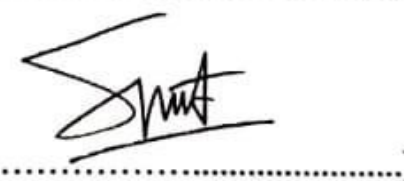
Dosen Pembimbing :

1. Drs. Handojo Djoko, W, M.Si


(.....)

Dosen Penguji :

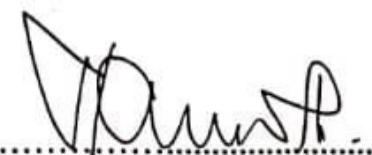
1. Sendhang Nurseto S.Sos, M.AB


(.....)

2. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M. Si


(.....)

3. Drs. Handojo Djoko W, M.Si


(.....)

MOTTO

*“Karena, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.
Sesungguhnya, sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”
(QS al-Insyirah: 5-6).*

*“Bersabarlah kalian, sesungguhnya Allah bersama orang-orang
yang sabar”.
(QS. Al Anfal [8] : 46)*

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ibunda Musmar yang senantiasa mendo'akan untuk kesuksesan anaknya. Ayahanda Bambang Wibisono yang tidak lupa selalu mendo'akan anaknya dan memberikan nasehat terbaiknya serta Adikku Ibnu Shinna yang terus memberikan semangat untuk menyelesaikan studi.
2. Teruntuk Tante Yayuk, Om Jaka, Adek Arvel, Kakak Althaf dan Kak Mon yang telah banyak membantu serta memberikan semangat selama menyelesaikan studi di Semarang.
3. Muhammad Ramadhan yang selalu membantu, memberikan dukungan dan semangat agar saya termotivasi untuk segera menyelesaikan studi.
4. Ayu Atika yang selalu menemani sejak SMP sampai bangku perkuliahan dan banyak memberikan motivasi religi di kehidupan saya, Putri Ramadhanti yang selalu mendo'akan selama berjuang di perantauan, serta Ainy sobiku yang selalu membantu selama menyelesaikan studi.
5. Keluarga Noble : Buns, Riska, Ardiyana dan Wuryan yang selalu memberi semangat dan menjadi keluargaku selama di Semarang.
6. Keluarga Receh Tembalang : Dewi, Alinda, Widi, Shinta dan Addin sobi per-ambisan saya dalam menyelesaikan studi.
7. Teman satu atap 42 hari KKN Tim II 2018 Desa Temuireng, Petarukan Pernalang : Umu, Dinda, Esphy, Kak Ria, Kak Fhadil, Kak Bagus, dan Sulthon.
8. Teman Adbisku : Anifah, Clara, Asa, Nadia Ambon, Nurny, Sefi, Anis, Damas, Shelly, Noni, Ramy, Reka, Deni.
9. Teman – teman seperbimbingan, Beta, Avi, Shela, Vera, Candra yang telah menjadi rekan seperjuangan menyelesaikan studi.
10. Teman – teman Administrasi Bisnis angkatan 2015 terutama kelas 10 yang telah menjadi keluarga selama 4 tahun ini.

ABSTRAK

Fenomena kedai kopi telah menjadi suatu bisnis yang berkembang dengan pesat di Indonesia. Peluang usaha tersebut menyebabkan persaingan antar perusahaan kedai kopi dalam memberikan pelayanan terbaik untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Salah satu perusahaan lokal yang menjual minuman kopi adalah Peacockoffie Gajahmada Semarang. Sebagai perusahaan yang bergerak di sektor jasa, harus mengutamakan pelayanan yang baik kepada konsumennya dengan harga sesuai atas apa yang telah diberikan oleh Peacockoffie Gajahmada Semarang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen Peacockoffie Gajahmada Semarang). Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *sampling insidental* dan *sampling purposive*. Adapun jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden, yang merupakan konsumen Peacockoffie Gajahmada Semarang. Penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian menggunakan statistik dengan bantuan sistem IBM SPSS versi 21.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan menyumbang 19,6% sedangkan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian menyumbang 35,3%. Sedangkan, secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan menyumbang 38,8%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain selain kualitas pelayanan dan harga. Berdasarkan perhitungan Uji F menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian.

Saran untuk meningkatkan keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah meningkatkan kualitas pelayanan seperti menyediakan lahan parkir luas, menambah area merokok, menyediakan daftar menu yang jelas, menjaga kebersihan toilet dan memperhatikan penentuan harga ulang yang lebih murah sehingga dapat dijangkau oleh semua orang.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Phenomena of coffee shops has become a rapidly growing business in Indonesia. These business opportunities create a competition between coffee shop companies engaged in providing the best service to attract consumers and retain its consumers. One of the local company that sells coffee drinks is Peacockoffie Gajahmada Semarang. As a company that engaged in service sector, must prioritize a good services to consumers with appropriate price on what has been given by Peacockoffie Gajahmada Semarang.

This study aims to determine the effect of service quality and price on purchase decisions (studies on consumers Peacockoffie Gajahmada Semarang). This type of research is explanatory research. The sampling techniques used are incidental sampling and purposive sampling. The number of samples taken is 100 respondents, who are consumers of Peacockoffie Gajahmada Semarang. The research that is used to determine the effect of service quality and price on purchase decisions will present statistics with the help of IBM SPSS version 21.0.

The result of this research shows that service quality has an effect on the purchase decisions by contributing 19.6% while the price influences purchase decisions for 35.3%. Whereas, service quality and price simultaneously influence the purchase decision by contributing 38.8%. While the rest is influenced by other factors besides service quality and price. Based on the calculation of the F test, it shows that there is a significant influence between service quality and price on the purchase decisions.

Suggestions to improve purchase decisions in this study are by improving the quality of service such as providing a large parking area, adding smoking areas, providing a clear menu list, maintaining the cleanliness of the toilet and paying attention to the cheaper re-pricing determination so it can be reached by all people.

Keywords: Service Quality, Price and Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt atas berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Peacockoffie Gajahmada Semarang)”**. Penulisan skripsi melibatkan banyak pihak yang telah membantu dengan do’a, dukungan yang tulus dan ikhlas, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pada kesempatan yang ini, penulis ingin menyampaikan beberapa ucapan terima kasih kepada :

1. Dr. Hardi Warsono, M.T.P, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
2. Bulan Prabawani, S.Sos, MM, Ph.D, selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
3. Drs. Handojo Djoko W, M.Si, selaku dosen pembimbing dan dosen penguji yang telah banyak membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Sendang Nurseto S.Sos, M.AB, selaku dosen penguji yang telah memberikan saran untuk penyusunan skripsi ini.
5. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M. Si, selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah memberikan bimbingan dan dorongan untuk saya selama kuliah.
6. Bapak Ibu dosen pengajar Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan bekal ilmu dan membimbing serta mengarahkan penulis sehingga dapat melakukan penulisan skripsi ini.

7. Bapak Mukhamad Yusuf selaku Supervisor Peacockoffie Cabang Gajahmada Semarang yang sangat baik, telah membantu dan membimbing saya dalam melakukan penelitian di Peacockoffie Gajahmada Cabang Semarang.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis, yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan di dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat yang nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 2 Juli 2019

Giswa Ramadhani Wibisono
NIM. 14020215120048

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.5 Kerangka Teori.....	12
1.5.1 Pemasaran	12
1.5.2 Pemasaran Jasa.....	13
1.5.3 Bauran Pemasaran Jasa	15
1.5.4 Keputusan Pembelian.....	18
1.5.5 Kualitas Pelayanan	23
1.5.6 Harga.....	26
1.5.7 Hubungan Antar Variabel	30
1.5.7.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	30
1.5.7.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	31
1.5.7.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian	32
1.6 Hipotesis.....	33
1.7 Definisi Konsep.....	34

1.8 Definisi Operasional.....	35
1.9 Metode Penelitian.....	38
1.9.1 Tipe Penelitian	38
1.9.2 Populasi dan Sampel	38
1.9.2.1 Populasi.....	38
1.9.2.2 Sampel	39
1.9.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	39
1.9.4 Jenis dan Sumber Data	41
1.9.4.1 Jenis Data.....	41
1.9.4.2 Sumber Data	41
1.9.5 Skala Pengukuran.....	42
1.9.6 Teknik Pengumpulan Data	43
1.9.7 Teknik Pengolahan Data	44
1.9.8 Instrumen Penelitian.....	45
1.9.9 Teknik Analisis	45
1.9.9.1 Uji Validitas	46
1.9.9.2 Uji Reliabilitas	47
1.9.9.3 Uji Koefisien Korelasi	47
1.9.9.4 Uji Koefisien Determinasi (KD).....	48
1.9.9.5 Analisis Regresi Sederhana dan Berganda	49
1.9.9.5.1 Analisis Regresi Linear Sederhana	49
1.9.9.5.2 Analisis Regresi Berganda	49
1.9.9.6 Uji Signifikansi	50
1.9.9.6.1 Uji t-Test (Uji Signifikansi Parsial).....	50
1.9.9.6.2 Uji F-Test (Uji Signifikansi Simultan)	52

BAB II GAMBARAN UMUM PEACOCKOFFIE GAJAHMADA SEMARANG DAN IDENTITAS RESPONDEN	54
2.1 Sejarah dan Perkembangan Peacockoffie Semarang.....	54
2.2 Visi, Misi dan Logo Perusahaan	56
2.2.1 Visi Peacockoffie	56
2.2.2 Misi Peacockoffie.....	57
2.2.3 Logo Peacockoffie Semarang	57
2.3 Struktur Organisasi Peacockoffie Semarang	57

2.3.1 Deskripsi Pekerjaan.....	61
2.4 Lokasi dan Kontak Perusahaan	62
2.4.1 Lokasi Perusahaan.....	62
2.4.2 Kontak Perusahaan.....	63
2.5 Jam Operasional Peacockoffie Gajahmada Semarang	63
2.6 Sistem Pelayanan Peacockoffie Gajahmada Semarang.....	63
2.7 Jenis Produk Peacockoffie Gajahmada Semarang	64
2.8 Gambaran Umum Responden	66
2.8.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
2.8.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	68
2.8.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Status Marital.....	69
2.8.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	69
2.8.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	70
2.8.6 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	71
2.8.7 Gambaran Umum Responden Tingkat Pengeluaran	72
2.8.8 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Intensitas Membeli	73

BAB III PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN	75
3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	76
3.1.2 Uji Reliabilitas	81
3.2 Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian	82
3.2.1 Persepsi Responden Pada Variabel Kualitas Pelayanan	83
3.2.1.1 Kebersihan Ruangan Peacockoffie Gajahmada Semarang.....	83
3.2.1.2 Penampilan Karyawan	84
3.2.1.3 Penataan Ruangan Peacockoffie Gajahmada Semarang.....	85
3.2.1.4 Kejelasan Daftar Menu Makanan dan Minuman yang Tersedia	86
3.2.1.5 Peacockoffie Gajahmada Semarang Memiliki Area Parkir yang Memadai	87
3.2.1.6. Ketersediaan Akses Wi-fi.....	88
3.2.1.7 Kebersihan Fasilitas Toilet	89
3.2.1.8 Peacockoffie Gajahmada Semarang Memiliki Area Merokok yang Memadai	90
3.2.1.9 Memberikan Kemudahan dalam Melakukan Pembayaran Bagi Konsumen.....	91

3.2.1.10 Kebersihan Makanan dan Minuman dari Peacockoffie Gajahmada Semarang	92
3.2.1.11 Kecepatan Karyawan dalam Penyajian Makanan dan Minuman ..	93
3.2.1.12 Ketepatan Karyawan dalam Memberikan Informasi kepada Konsumen	94
3.2.1.13 Kemudahan dalam Pemesanan Makanan dan Minuman	95
3.2.1.14 Ketersediaan Karyawan dalam Melayani Setiap Keluhan Konsumen	96
3.2.1.15 Karyawan yang Bersikap Ramah dan Sopan kepada Setiap Konsumen	98
3.2.1.16 Karyawan Peacockoffie Gajahmada Semarang Memiliki Keterampilan dalam Menguasai Menu yang Dijual	99
3.2.1.17 Keamanan dan Kenyamanan Saat Menikmati Jasa	100
3.2.1.18 Perhatian Karyawan dalam Melayani Konsumen.....	101
3.2.1.19 Karyawan Peacockoffie Gajahmada Semarang Memahami Setiap Kebutuhan dan Keinginan Konsumen	102
3.2.1.20 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Kualitas Pelayanan	103
3.2.1.21 Kategorisasi Untuk Variabel Kualitas Pelayanan.....	105
3.2.2 Persepsi Responden Pada Variabel Harga	108
3.2.2.1 Harga Makanan dan Minuman Peacockoffie Gajahmada Semarang Terjangkau	108
3.2.2.2 Harga Makanan dan Minuman Lebih Mahal Dibandingkan dengan Pesaing Setara Lainnya Tetapi Rasanya Lebih Enak	110
3.2.2.3 Harga Makanan dan Minuman Sesuai dengan Manfaat yang Diperoleh	111
3.2.2.4 Harga Makanan dan Minuman Sesuai dengan Kualitas Rasa	112
3.2.2.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Harga	113
3.2.2.6 Kategorisasi Untuk Variabel Harga.....	114
3.2.3 Persepsi Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian	117
3.2.3.1 Keinginan Untuk Membeli Makanan dan Minuman di Peacockoffie Gajahmada Semarang	117
3.2.3.2 Tertarik Memilih Menu Makanan dan Minuman	118
3.2.3.3 Meluangkan Waktu Untuk Mendapatkan Makanan dan Minuman	119
3.2.3.4 Bersedia Untuk Merekomendasikan Makanan dan Minuman Kepada Orang Lain	121
3.2.3.5 Bersedia Untuk Melakukan Pembelian Ulang di Peacockoffie Gajahmada Semarang	122

3.2.3.6 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian...	123
3.2.3.7 Kategorisasi Untuk Variabel Keputusan Pembelian	125
3.3 Analisis Data	127
3.3.1 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian...	127
3.3.1.1 Analisis Tabulasi Silang (Cross Tab) antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	127
3.3.1.2 Koefisien Korelasi	129
3.3.1.3 Koefisien Determinasi (R^2)	129
3.3.1.4 Regresi Linear Sederhana	130
3.3.1.5 Uji t	131
3.3.2 Analisis Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	134
3.3.2.1 Analisis Tabulasi Silang (Cross Tab) antara Harga terhadap Keputusan Pembelian	134
3.3.2.2 Koefisien Korelasi	135
3.3.2.3 Koefisien Determinasi (R^2)	135
3.3.2.4 Regresi Linear Sederhana	136
3.3.2.5 Uji t	137
3.3.3 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	140
3.3.3.1 Koefisien Korelasi Berganda.....	140
3.3.3.2 Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	141
3.3.3.3 Regresi Linear Berganda	141
3.3.3.4 Uji F.....	143
3.5 Pembahasan	146
BAB IV PENUTUP	151
4.1 Kesimpulan.....	151
4.2 Saran	153
DAFTAR PUSTAKA	155
LAMPIRAN.....	157

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Hipotesis Penelitian	34
Gambar 1.2 Kurva Hasil Uji t-Test (two tail)	51
Gambar 1.3 Kurva Hasil Uji F-Test (two tail)	53
Gambar 2.1 Logo Peacockoffie Semarang	57
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Peacockoffie Semarang	60
Gambar 2.3 Sistem Pelayanan Peacockoffie Gajahmada Semarang	64
Gambar 3.1 Pengujian Hipotesis dengan <i>t-Test</i> Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	133
Gambar 3.2 Pengujian Hipotesis dengan <i>t-Test</i> Variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian	139
Gambar 3.3 Pengujian Hipotesis dengan <i>F-Test</i> Variabel Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian	146

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Omzet Penjualan Peacockoffie Gajahmada Semarang Tahun 2013-2017.....	7
Tabel 1.2 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	48
Tabel 2.1 Jenis Kelamin Responden	67
Tabel 2.2 Usia Responden.....	68
Tabel 2.3 Status Marital Responden.....	69
Tabel 2.4 Tingkat Pendidikan Terakhir Responden	70
Tabel 2.5 Jenis Pekerjaan Responden	71
Tabel 2.6 Pendapatan Responden.....	72
Tabel 2.7 Pengeluaran Responden	73
Tabel 2.8 Intensitas Responden Membeli dalam 3 Bulan Terakhir	73
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	77
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Harga	79
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	80
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	82
Tabel 3.5 Kebersihan Ruangan Peacockoffie Gajahmada Semarang	83
Tabel 3.6 Penampilan Karyawan.....	85
Tabel 3.7 Penataan Ruangan Peacockoffie Gajahmada Semarang	86
Tabel 3.8 Kejelasan Daftar Menu Makanan dan Minuman yang Tersedia.....	87
Tabel 3.9 Peacockoffie Gajahmada Semarang Memiliki Area Parkir yang Memadai	88
Tabel 3.10 Ketersediaan Akses <i>Wi-fi</i>	89
Tabel 3.11 Ketersediaan Akses <i>Wi-fi</i>	90
Tabel 3.12 Peacockoffie Gajahmada Semarang Memiliki Area Merokok yang Memadai.....	91
Tabel 3.13 Memberikan Kemudahan dalam Melakukan Pembayaran Bagi Konsumen	92
Tabel 3.14 Kebersihan Makanan dan Minuman dari Peacockoffie Gajahmada Semarang.....	93
Tabel 3.15 Kecepatan Karyawan dalam Penyajian Makanan dan Minuman	94
Tabel 3.16 Ketepatan Karyawan dalam Memberikan Informasi Kepada Konsumen	95
Tabel 3.17 Kemudahan dalam Pemesanan Makanan dan Minuman.....	96
Tabel 3.18 Kesiapan Karyawan dalam Melayani Setiap Keluhan Konsumen	97

Tabel 3.19 Karyawan yang Bersikap Ramah dan Sopan Kepada Setiap Konsumen	98
Tabel 3.20 Karyawan Peacockoffie Gajahmada Semarang Memiliki Ketrampilan dalam Menguasai Menu yang Dijual	99
Tabel 3.21 Keamanan dan Kenyamanan Saat Menikmati Jasa	100
Tabel 3.22 Perhatian Karyawan Dalam Melayani Konsumen	101
Tabel 3.23 Karyawan Peacockoffie Gajahmada Semarang Memahami Setiap Kebutuhan dan Keinginan Konsumen	102
Tabel 3.24 Rata – rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan	103
Tabel 3.25 Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan.....	108
Tabel 3.26 Harga Makanan dan Minuman Peacockoffie Gajahmada Semarang Terjangkau.....	109
Tabel 3.27 Harga Makanan dan Minuman Lebih Mahal Dibandingkan dengan Pesaing Setara Lainnya Tetapi Rasanya Lebih Enak.....	110
Tabel 3.28 Harga Makanan dan Minuman Sesuai dengan Manfaat yang Diperoleh	111
Tabel 3.29 Harga Makanan dan Minuman Sesuai dengan Kualitas Rasa	112
Tabel 3.30 Rata – rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga.....	113
Tabel 3.31 Kategorisasi Variabel Harga.....	116
Tabel 3.32 Keinginan Untuk Membeli Makanan dan Minuman di Peacockoffie Gajahmada Semarang.....	118
Tabel 3.33 Tertarik Memilih Menu Makanan dan Minuman	119
Tabel 3.34 Meluangkan Waktu Untuk Mendapatkan Makanan dan Minuman....	120
Tabel 3.35 Bersedia Untuk Merekomendasikan Makanan dan Minuman Kepada Orang Lain	121
Tabel 3.36 Bersedia Untuk Melakukan Pembelian Ulang di Peacockoffie Gajahmada Semarang.....	122
Tabel 3.37 Rata – rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian.....	123
Tabel 3.38 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian	127
Tabel 3.39 Tabulasi Silang antara Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian	128
Tabel 3.40 Hasil Uji Korelasi Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	129
Tabel 3.41 Uji Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	130
Tabel 3.42 Tabulasi Silang antara Harga dan Keputusan Pembelian.....	134
Tabel 3.43 Hasil Uji Korelasi Harga terhadap Keputusan Pembelian	135
Tabel 3.44 Uji Regresi Linear Sederhana Harga terhadap Keputusan Pembelian	136

Tabel 3.45 Hasil Uji Korelasi Linear Berganda	140
Tabel 3.46 Koefisien Regresi Linear Berganda.....	142
Tabel 3.47 Hasil Perhitungan Uji F antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	144

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner
- Lampiran 3 Tabel Data Identitas Responden
- Lampiran 4 Tabulasi Data Hasil Penelitian (Tabel Induk)
- Lampiran 5 Data Tunggal Kualitas Pelayanan
- Lampiran 6 Data Tunggal Harga
- Lampiran 7 Data Tunggal Keputusan Pembelian
- Lampiran 8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Pelayanan
- Lampiran 9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Harga
- Lampiran 10 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian
- Lampiran 11 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian
- Lampiran 12 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Harga terhadap Keputusan Pembelian
- Lampiran 13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian
- Lampiran 14 Tabel Silang Kualitas Pelayanan, Harga dan Keputusan Pembelian
- Lampiran 15 Tabel r
- Lampiran 16 Tabel t
- Lampiran 17 Tabel f
- Lampiran 18 Produk Peacockoffie Gajahmada Semarang