

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,  
PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi pada Rumah Makan Ayam Bakar Pulomas)**



**Skripsi**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh :

**ANDIKA PRAMUDYA**

**NIM. 12010112140057**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2019**

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama Penyusun : Andika Pramudya

Nomor Induk Mahasiswa : 12010112140057

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen

Judul Usulan Penelitian : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,  
PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN**  
(Studi pada Rumah Makan Ayam Bakar Pulomas)

Dosen Pembimbing : Rizal Hari Magnadi, SE, MM

Semarang, 28 Agustus 2019

Dosen Pembimbing,

Rizal Hari Magnadi, SE, MM

NIP. 198404302009121006

## **PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN**

Nama Penyusun : Andika Pramudya  
Nomor Induk Mahasiswa : 12010112140057  
Fakultas/Departemen : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen  
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS  
PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi pada Rumah Makan Ayam Bakar  
Pulomas)**

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal**

Tim Penguji:

1. Rizal Hari Magnadi, SE, MM (.....)
2. Dr. I Made Bayu Dirgantara, SE, MM (.....)
3. Sri Rahayu Tri Astuti, SE, MM (.....)

## **PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, Andika Pramudya, menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN”** merupakan hasil dari tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tidak terdapat tulisan orang lain yang saya kutip dengan cara menyalin ataupun meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan, pendapat, atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan saya yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulisan aslinya tersebut.

Apabila saya melakukan tindakan tersebut yang bertentangan dengan hal di atas, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah tulisan tersebut merupakan tulisan saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 28 agustus 2019

Yang membuat pernyataan,

Andika Pramudya

NIM. 12010112140057

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

*“Karunia Allah yang paling lengkap adalah kehidupan yang didasarkan oleh ilmu pengetahuan” – Ali Bin Abi Talib*

*“Life is like riding a bicycle. To keep your balance, you must keep moving” – Albert Einstein*

*“You have limited time. Don’t waste it living someone else’s life”  
- Steve Jobs*

*“It is lack of Faith that makes people afraid to face challenges, and I believe in myself” – Muhammad Ali*

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya tercinta

**Tulus Supriyanto dan (Almh) Eddy Purwanti**

Semoga selalu dalam lindungan dan berkah Allah SWT

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor dari variabel yang terdiri dari kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Ayam Bakar Semarang.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data primer. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dan untuk teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*, dengan kuesioner digunakan untuk pengambilan data. Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif sedangkan data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dan alat untuk analisis penelitian ini menggunakan SPSS 24.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara kualitas Produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk menjadi variabel yang paling mempengaruhi terhadap keputusan pembelian, disarankan untuk pelaku usaha agar lebih meningkatkan kualitas produknya agar konsumen melakukan pembelian pada produk tersebut.

**Kata Kunci** : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*This research aims to determine a factor of variable influence consisting of product quality, perception, price and service quality of the decision purchase of eating chicken semarang fuel.*

*The research was conducted by the use of the primary data was .In the sample have used over 100 of respondents and to the technique of the sample collection uses the technique simple random sampling , with the questionnaire used to withdraw the data .The kind of research employed and their intention is nothing but data have been analyzed using linear regression of multiple and apparatus for it is anticipated that analysis was used in the study spss 24.*

*The results of this research shows that there is a positive influence welfare between, product quality the price, perception and quality of services of the decision to purchase the.The quality of being variable products the most influence over the decision to purchase the, are advised to business operators to improve the quality of their products so that consumers make a purchase on the products.*

***Keywords: Product Quality, Price Perception, Service Quality, Purchasing Decisions.***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan berkat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Rumah Makan Ayam Bakar Pulomas)”** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Penulis mungkin telah banyak bantuan-bantuan dalam bentuk bimbingan, dorongan moril maupun material sehingga masalah dapat teratasi. Oleh karena ini pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Suharnomo S.E., M.Si., selaku dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu.
2. Dr. Harjum Muharam, M.Si., selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan arahan-arahan mengenai perkuliahan.
3. Bapak Rizal Hari Magnadi, SE, MM., selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing dalam proses penyusunan skripsi.
4. Dr. H. Susilo Toto Rahardjo, SE., MT selaku dosen wali atas segala bimbingan dan nasehat selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
5. Seluruh dosen pengajar, staff dan karyawan Fakultas Ekonomik dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah banyak membantu penulis saat proses penyelesaian skripsi.



6. Kepada papa Tulus Supriyanto, terima kasih atas segala bentuk kasih sayang, perhatian dukungan material dan non material sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada kakak-kakak dan adik penulis Bellinda Nadya Putri, Tiara Dwi Puspita dan Fajar Alit Putra. Atas setiap doa, dukungan, dan semangat untuk penulis.
8. Sahabat-sahabat Manajemen UNDIP 2012 Surya Herlangga, Aldi Bahana, Agung Anugerah, Benhard Partogi, Hanif Hidayatullah, Ramos Lumbanradja, Rizka Anisa, Josua sinurat, yang selalu memberikan canda tawa, kesal, sedih, berjuang demi gelar sarjana.
9. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Semarang, 28 Agustus 2019

Penulis,

Andika Pramudya

NIM. 1201011214

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>8</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>1.5 Sistematika Penulisan .....</b>	<b>9</b>

<b>BAB II .....</b>	<b>11</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	11
2.1 Variabel Penelitian .....	12
2.2.1 Keputusan Pembelian.....	12
<b>2.2.2 Kualitas Produk .....</b>	<b>16</b>
2.2.3 Persepsi harga .....	18
<b>2.2.4 Kualitas Pelayanan .....</b>	<b>21</b>
2.2 Hubungan Antar Variabel .....	23
2.2.1 Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	23
2.2.2 Hubungan Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian.....	23
2.2.3 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian .....	24
<b>2.3 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>24</b>
2.4 Kerangka Pemikiran .....	25
<b>2.4 Hipotesis .....</b>	<b>27</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>28</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1 Variabel Penelitian .....	28
<b>3.2. Populasi dan Sampel .....</b>	<b>30</b>

3.3.	Jenis dan Sumber Data .....	31
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	31
3.5	Metode Analisis Data .....	32
3.5	Uji Asumsi Klasik .....	34
3.6.	Analisis Regresi Berganda .....	35
3.7.	Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	36
<b>BAB IV</b>	<b>.....</b>	<b>40</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	<b>.....</b>	<b>40</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	40
4.2	Deskriptif Statistik.....	44
4.3	Uji Analisis Data .....	46
4.3.1	Uji Validitas .....	46
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	48
4.4.	Uji Asumsi Klasik .....	49
4.4.1.	Uji Normalitas.....	50
4.4.2.	Uji Heteroskedastisitas.....	53
4.4.3	Uji Multikolinieritas.....	54
4.5.	Analisi Regresi Linier Berganda .....	55
4.6.	Uji <i>Goodness Of Fit</i> .....	56
4.6.1.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	56

4.6.2.	Uji F .....	57
4.6.3.	Uji t .....	58
4.7.	Pembahasan .....	61
4.7.1.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	61
4.7.2.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	61
4.7.3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian .....	62
<b>PENUTUP.....</b>		<b>63</b>
5.1.	Kesimpulan.....	63
5.2.	Keterbatasan Penelitian .....	63
5.3.	Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>65</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>		<b>69</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar1.1.....	7
Gambar2.1.....	13
Gambar 2.2.....	26
Gambar 4.1.....	50
Gambar 4.2.....	51
Gambar 4.3.....	53

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	5
Tabel 1.2.....	6
Tabel 4.1.....	41
Tabel 4.2.....	42
Tabel 4.3.....	43
Tabel 4.4.....	44
Tabel 4.5.....	45
Tabel 4.6.....	47
Tabel 4.7.....	48
Tabel 4.8.....	52
Tabel 4.9.....	54
Tabel 4.10.....	55
Tabel 4.11.....	57
Tabel 4.12.....	58
Tabel 4.13.....	58

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Saat ini, kompetisi bisnis sangatlah ketat. Di lihat dari banyaknya persaingan antar pelaku usaha pada dunia perdagangan. Para pelaku usaha harus berusaha mempelajari dan melihat kebutuhan juga keinginan para pelanggannya. Dengan mengetahui keinginan, permintaan dan kebutuhan pelanggan, maka pelaku usaha dapat merancang strategi pemasaran untuk menciptakan keputusan pembelian bagi para konsumennya. Setiap perusahaan juga dituntut untuk dapat berinovasi dalam hal produk maupun jasa untuk tetap dapat menarik perhatian konsumen. Tujuan dari adanya inovasi adalah meningkatkan kualitas produk, menciptakan pasar yang baru, memperluas jangkauan produk. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan memiliki kunci yaitu dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing.

Salah satu kebutuhan manusia yang paling penting adalah kebutuhan pangan, sehingga pada saat ini bisnis dunia kuliner menjadi trend di kalangan masyarakat. Seperti teori hierarki kebutuhan Maslow yang menyebutkan makanan merupakan kebutuhan fisiologis manusia (Kotler, 2009). Saat ini perkembangan industri kuliner di Indonesia yang sangat pesat, membuat tingkat persaingan menjadi sangat ketat. Pelaku usaha pada industri warung makan terus melakukan



inovasi terhadap produknya agar dapat mengambil hati para konsumennya sehingga pada akhirnya konsumen akan memutuskan membeli produk yang ditawarkan. Setelah berinovasi, maka pelaku usaha juga harus dapat memasarkan produknya dengan cara promosi, dari mulut ke mulut atau dengan media online seperti instagram, twitter, facebook, youtube, dll. Menurut Theodore Levitt menjelaskan bahwa industri merupakan sebuah proses yang memuaskan konsumen, bukan proses memproduksi suatu produk.

Semakin banyak nya warung makan mulai dari kaki lima hingga yang berada di tempat elit bintang 5, akibatnya konsumen memiliki lebih banyak varian kuliner yang di tawarkan oleh para pelaku usaha. Warung makan ayam bakar Pulomas merupakan warung makan yang sudah berdiri dari awal tahun 2005. Pada awal berdirinya warung ayam bakar Pulomas hanya menggunakan sebuah tenda di pinggiran jalan yang buka mulai dari pukul 17.00 - 00.00. Dikelola hanya menggunakan usaha pemasaran jangka pendek tanpa power karena pada saat itu belum ada teknologi secanggih seperti jaman sekarang ini. Seiring berjalannya waktu, warung makan ayam bakar Pulomas menjadi sebuah rumah makan yang terbilang baik dikarenakan sudah berpindah tempat dari pinggiran jalan yang terletak di trotoar menjadi tempat semi permanen yang disediakan oleh pihak pengelola lahan tersebut. Produk yang ditawarkan oleh warung makan ayam bakar Pulomas ini terbilang hanya beberapa produk saja yang tentu nya ayam bakar menjadi produk utama yang ada di warung makan ayam bakar Pulomas ini. Inovasi ayam bakar bumbu merupakan perbedaan dari ayam yang dijual pada umumnya dikarenakan pada saat awal berdiri belum ada ayam bakar seperti yang

di jual oleh warung ayam bakar Pulomas tersebut. Ini merupakan unggulan dari segi produk yang ditawarkan oleh pihak ayam bakar Pulomas.

Lokasi Warung Ayam Bakar Pulomas yang berada di daerah pulomas, rawamangun ini bisa dibilang strategis, karena jalan raya pulomas merupakan jalanan penghubung daerah Jakarta timur dengan daerah Jakarta utara dan terdapat 3 universitas swasta yang cukup dekat dengan lokasi Warung Ayam Bakar Pulomas itu sendiri. Sehingga tidak heran jika pembeli di Warung Ayam Bakar Pulomas ini mayoritas para karyawan/i dan juga mahasiswa/i. Semakin bertambahnya para pelaku bisnis pada bidang kuliner, maka pihak ayam bakar Pulomas menambahkan beberapa menu makanan pendamping yang bertujuan menambah pendapatan dan melakukan persaingan produk pada para pesaingnya.

Untuk dapat bersaing dengan para pesaing beberapa strategi promosi sudah dilakukan oleh pihak warung ayam bakar Pulomas yaitu salah satunya dengan menggunakan aplikasi facebook massanger, menambah spanduk besar yang diletakkan di depan pagar masuk, melakukan layanan pesan antar gratis langsung dari pihak warung ayam bakar Pulomas. Sementara pada tahun 2014 awal belum ada layanan go-food seperti sekarang ini.

Variabel produk berkaitan dengan upaya mengembangkan “produk” yang tepat untuk target pasar. Peningkatan kualitas produk secara tidak langsung dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, dan diharapkan konsumen dapat membeli produk tersebut secara berulang. Pelaku bisnis harus bisa mempertahankan produk tersebut berada diatas para pesaing sehingga konsumen percaya bahwa produk yang dijual merupakan produk dengan kualitas yang baik dibanding para pesaing.

Harga juga merupakan variabel yang penting dalam usaha pemasaran. Tinggi rendahnya harga yang diberikan pada konsumen merupakan pengaruh penting laku atau tidaknya produk itu sendiri dipasaran. Menurut Kotler dan Keller tugas penjual adalah menentukan perbedaan kualitas yang mengesahkan harga suatu produk (Kotler, 2009). Pelaku bisnis juga harus melihat keadaan lingkungannya dalam menetapkan harga dimana banyak pesaing sejalan dengan waktu. Namun suatu harga juga dapat dijadikan standar kualitas oleh para konsumen. Tak jarang konsumen lebih memilih restoran sehingga rela membayar dengan harga yang relatif mahal untuk mendapatkan makanan dengan kualitas terbaik. Strategi yang dilakukan oleh para pelaku bisnis yaitu dengan menurunkan harga dibanding pesaing sehingga karena di Indonesia harga merupakan masalah yang sangat diperhatikan oleh para konsumen.

Selain itu kualitas pelayanan juga masuk dalam variabel penting yang harus diperhatikan oleh para pelaku bisnis, termasuk pada warung makan. Contoh pelayanan karyawan yang baik dalam melayani para konsumen dan para karyawan tempat makan menjaga kebersihan badan dan pakaiannya, maka dapat mempengaruhi calon konsumen yang hendak makan di tempat makan tersebut. Karena pelayanan yang baik dan kebersihan para karyawan tempat makan berdampak pada kepuasan konsumen dan berdampak terjadinya pembelian secara berulang-ulang oleh para konsumen dan dapat meningkatkan penjualan.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil studi pada “Warung Ayam Bakar Pulomas”, yang dimana Warung Ayam Bakar Pulomas ini merupakan usaha yang berada di daerah Pulomas, Jakarta Timur.

Pada table 1.1 dibawah ini merupakan menu makanan dan minuman yang tersedia di warung ayam bakar Pulomas:

**Tabel 1.1**

**Menu Makanan dan Minuman pada Warung Ayam Bakar Pulomas**

<b>Jenis Makanan</b>	<b>Harga Makanan</b>
Nasi + Paha Bakar *	Rp 24.000
Nasi + Dada Bakar *	Rp 24.000
Tahu Goreng/Bakar	Rp 3.000
Tempe Goreng/Bakar	Rp 3.000
Tempe Mendoan	Rp 2.500
Dimsum	Rp 18.000

<b>Jenis Minuman</b>	<b>Harga Minuman</b>
Es Jeruk / Jeruk Hangat	Rp 8.000 / Rp 7.000
Es Lemon Tea / Lemon Tea Hangat	Rp 7.000 / Rp 6.500
Es teh Manis / Teh Manis Hangat	Rp 4.000 / Rp 3.000
Es Teh Tawar / Teh Tawar Hangat	Rp 3.000 / Rp 2.000
Es Ovaltine / Ovaltine Hangat	Rp 7.000 / Rp 6.500
Air Mineral	Rp 5.000

**Sumber: Menu Warung Ayam Bakar Pulomas 2019**

Dari tabel 1.1 di atas merupakan menu yang di jual oleh Warung Ayam Bakar Pulomas, dalam 3 tahun terakhir tidak ada perubahan menu yang di lakukan oleh pemilik warung ayam bakar Pulomas, akan tetapi setiap tahun ada kenaikan harga sebesar Rp 1000,-. Menu unggulan ada pada Nasi + ayam bakar yang ditandai dengan tanda \* seperti yang ada pada menu di table 1.1. Bisa dilihat juga harga tertinggi ada pada menu makanan yaitu Nasi + Ayam Bakar dan pada menu minuman yaitu Es Jeruk. Ada pula harga terendah pada menu makanan yaitu Tempe Mendoan dan pada menu minuman yaitu Teh Tawar Hangat.

Dibawah ini merupakan data pendapatan total penjualan pada Warung Ayam Bakar Pulomas pada tahun 2014 sampai dengan tahun 2016:

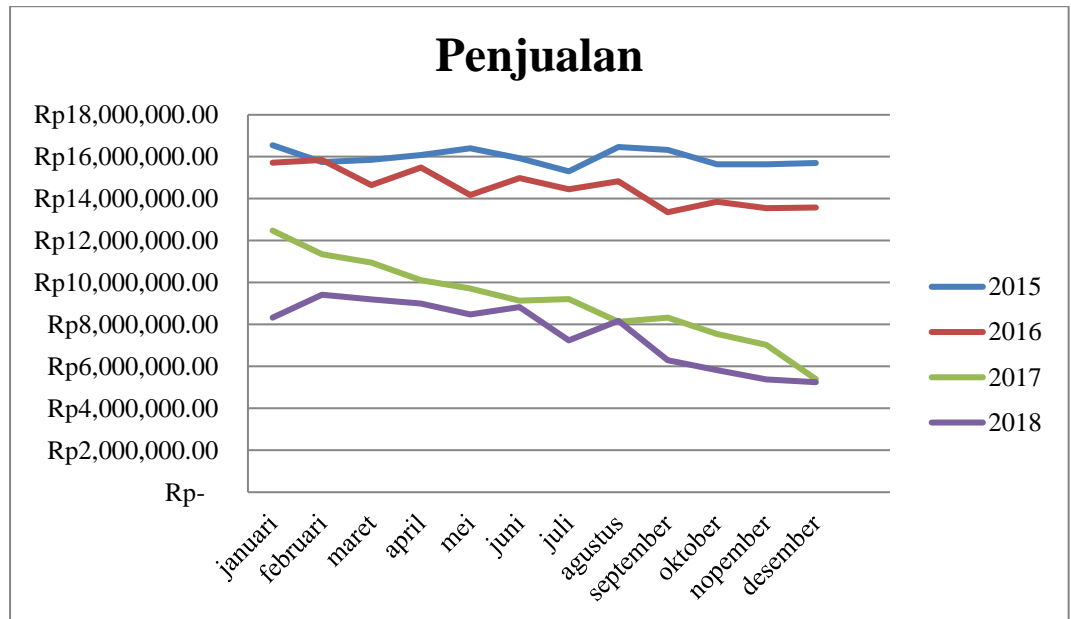
**Tabel 1.2**  
**Data Penjualan Warung Ayam Bakar Pulomas**

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Januari	16550000	15724000	12477500	8320500
Februari	15743000	15449500	11357000	9420000
Maret	15857000	14647500	10946000	9201200
April	16078500	15495000	10117000	9003500
Mei	16402500	14172000	9723500	8473000
Juni	15934000	14983500	9135000	8834000
Juli	15304500	14456000	9211000	7238500
Agustus	16459000	14834000	8125000	8179000
September	16323500	13854000	8323500	6293000
Oktober	15645000	13755000	7545500	5824600
November	15637000	13545500	7023000	5382900
Desember	15708000	13274000	5394000	5247800
<b>TOTAL</b>	<b>191642000</b>	<b>174190000</b>	<b>65006000</b>	<b>91418000</b>

**Sumber: Warung Ayam Bakar Pulomas, Jakarta 2019**

Berdasarkan data yang tertera pada Tabel 1.2 menunjukkan bahwa penjualan pada Warung Ayam Bakar Pulomas pada setiap bulannya mengalami naik turun, namun adanya penurunan yang cukup signifikan pada bulan September 2016 sampai dengan akhir 2018, akan tetapi penurunan itu tidak dapat dibiarkan saja. Oleh karena itu, pihak manajemen Warung Ayam Bakar Pulomas harus mampu meyakinkan para konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan meningkatkan kualitas dari produk yang dijualnya agar dapat meningkatkan penjualannya, dengan menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian. Untuk lebih jelasnya ada pada gambar 1.2 untuk data penjualan:

**Gambar 1.1**  
**Data Penjualan Warung Ayam Bakar Pulomas**  
**Tahun 2015-2018**



**Sumber: Warung Ayam Bakar Pulomas 2019**

Berdasarkan data pada Gambar 1.1, menunjukkan penurunan pada pertengahan 2016 sampai dengan akhir 2018. Penurunan tersebut disebabkan adanya penurunan minat beli dari para konsumen, sehingga terjadi penurunan jumlah nilai total transaksi pada Warung Ayam Bakar Pulomas di Jakarta.

Berdasarkan dari beberapa konsumen, menilai adanya penurunan kualitas yang terjadi pada produk ayam bakar tersebut dan kenaikan harga di pertengahan 2015. Penelitian ini lebih memfokuskan pada konsumen Warung Ayam Bakar Pulomas yang sudah pernah mengonsumsi produk Ayam Bakar Pulomas. Hal ini juga didasari oleh fakta di lapangan dimana kualitas produk pada ayam bakar di Warung Ayam Bakar Pulomas sudah cukup baik.

Penelitian ini didasari dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Anastasia (2013) yang menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terhadap keputusan pembelian. Akan tetapi berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Anwar dan Budhi (2015) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan dan negatif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penelitian ini dikembangkan terhadap persepsi harga dalam keputusan pembelian Warung Ayam Bakar Pulomas. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul yaitu ***ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Ayam Bakar Pulomas).***

## **1.2 Rumusan Masalah**

Semakin ketatnya persaingan pada industri kuliner, menyebabkan penurunan penjualan salah satunya disebabkan karena kurangnya konsumen yang melakukan pembelian. Hal ini harus benar-benar diperhatikan oleh pihak Warung Ayam Bakar Pulomas sebagai pelaku bisnis dan mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian pada Warung Ayam Bakar Pulomas dan faktor apa saja yang paling berpengaruh. Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut, dapat mempermudah bagi pihak Warung Ayam Bakar Pulomas dalam menentukan langkah-langkah pemasaran yang akan dilakukan demi profitabilitas usahanya.

Dari masalah tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian?

2. Apakah persepsi harga mempengaruhi keputusan pembelian?
3. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan diatas maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pada Warung Ayam Bakar Pulomas.
2. Untuk menganalisis pengaruh Persepsi Harga terhadap keputusan pembelian pada Warung Ayam Bakar Pulomas.
3. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Warung Ayam Bakar Pulomas.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Pihak Pengelola

Manfaat penelitian ini bagi pengelola Warung Ayam Bakar Pulomas diharapkan dapat membantu dalam menentukan langkah-langkah usaha pemasaran yang akan dilakukan.

2. Bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini bagi peneliti diharapkan dapat dijadikan acuan dan pengetahuan untuk penelitian-penelitian di bidang pemasaran.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**



Pada bab ini menjelaskan mengenai teori dan definisi, kerangka pemikiran teoritis, dan hipotesis.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menguraikan mengenai variabel penelitian, sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta model analisis yang digunakan dalam penelitian.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menjelaskan deskripsi obyek penelitian, gambaran umum responden, analisis data dan hasil penelitian.

### **BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran untuk pihak terkait mengenai masalah penelitian ini.