

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
RESTORAN SEDERHANA CABANG DEMANG LEBAR DAUN
KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**



DISUSUN OLEH :

JUMIATI INDRIANI

201110137

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

2024

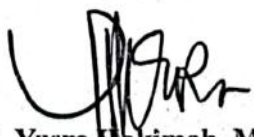
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : JUMIATI INDRIANI
Nomor Pokok : 2001110137
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan,
dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan
Pembelian Di Restoran Sederhana Cabang
Demang Lebar Daun Kota Palembang

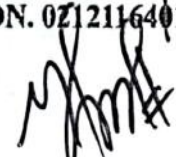
Pembimbing Skripsi :

Tanggal 23/09/2024

Pembimbing I :  Dr. Ir. Hj. Yusro Hakimah, M.M.

NIDN. 0212116401

Tanggal 23/09/2024

Pembimbing II :  Dr. Yolanda Veyibitha, S.E.M.Si

NIDN. 0226028303

Mengetahui,

Dekan,

Ka. Prodi Manajemen,



Dr. Msy Mikial, SE, M.Si, Ak.CA, CSRS

NIDN: 0205026401

Mariyam Zanariah, SE, M.M

NIDN: 0222096301

005 /PS/DFEB/ 21

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : JUMIATI INDRIANI
Nomor Pokok : 2001110137
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan,
dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan
Pembelian Di Restoran Sederhana Cabang
Demang Lebar Daun Kota Palembang

Pembimbing Skripsi :
Tanggal 23/07/2024 Ketua Penguji : Dr. Ir. Hj. Yusro Hakimah, M.M.
NIDN. 0212116401

Tanggal 23/07/2024 Penguji I : Dr. Yolanda Weyibitha, S.E., M.Si
NIDN. 0226028303

Tanggal 23/07/2024 Penguji II : Yunidar Erlina, S.E., M.Si
NIDN. 0230066302

Mengetahui,

Dekan,

Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak.CA, CSRS
NIDN: 0205026401

Ka. Prodi Manajemen,

Mariyam Zanariah, SE, M.M
NIDN: 0222096301

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

"Kita bukan berasal dari keluarga yang berada maka ciptakanlah keluarga yang serba ada"

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

- **Diri sendiri yang sudah bertahan sampai dititik ini**
- **Kedua orang tua Umak & Abah, Ayuk & Kakak yang senantiasa selalu berusaha, bekerja keras dan semangat yang tak ternilai**
- **Serta Untuk Orang-Orang Terdekatku Yang Tersayang**
- **Almamater Biru Kebanggaan ku.**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga pada Keputusan Pembelian di Restoran Sederhana Cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang".

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dalam Program Studi Manajemen di Universitas Tridinanti. Kami menyadari bahwa dalam proses penyusunan Skripsi ini, kami mengalami beberapa kesulitan dan hambatan. Kami juga menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan ini. Namun, kami akan terus berusaha memperbaiki dan mengembangkan hasil penelitian ini dengan harapan dapat mencapai tingkat kesempurnaan yang lebih optimal di masa mendatang.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE.,MS. Selaku Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE.,M.Si.,Ak.,CA.CSRS Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE. MM Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
4. Ibu Dr. Ir. Hj Yusro Hakimah, MM Selaku Dosen Pembimbing I
5. Ibu Dr. Yolanda Veyibitha, SE.M.Si Selaku Dosen Pembimbing II.

6. Seluruh Dosen dan civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
7. Restoran Sederhana Cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang yang telah memberikan akses terbuka untuk melakukan penelitian.
8. Keluarga besar yang selalu memberikan semangat.
9. Almamater Manajemen Angkatan 2020.

Penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan skripsi ini juga terbuka atas masukan beberapa kritik dan saran dari semua pihak untuk menjadi sempurna.

Palembang, Agustus 2024

Jumiati Indriani

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kajian Teori.....	10
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	10
2.1.2 Kualitas Produk	14
2.1.3 Kualitas Pelayanan	17
2.1.4 Persepsi Harga	20
2.2 Penelitian Yang Relevan.....	22
2.3 Kerangka Berfikir.....	25
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.3.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.4 Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	29

3.1.1 Tempat Penelitian	29
3.1.2 Waktu Penelitian.....	29
3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.2.1 Sumber Data	29
3.3 Populasi, Sampel dan Sampling	31
3.3.1 Populasi	31
3.3.2 Sampel.....	31
3.3.3 Teknik Sampling.....	33
3.4 Rancangan Penelitian	33
3.5 Variabel dan Definisi Operasional.....	34
3.6 Instrumen Penelitian.....	37
3.6.1 Uji Validitas	38
3.6.2 Uji Reliabilitas	39
3.7 Teknik Analisis Data	39
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda	42
3.7.3 Uji Hipotesis	43
3.7.4 Analisis Koefisien Korelasi (r)	45
3.7.5 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Hasil Penelitian	47
4.1.1 Sejarah Restoran Sederhana	47
4.1.2 Struktur Organisasi Restoran Sederhana Demang Lebar Daun	48
4.1.3 Karakteristik Responden	49
4.1.4 Hasil Uji Instrumen	53
4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	57
4.1.6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	60
4.1.7 Hasil Uji Hipotesis	61
4.1.8 Hasil Analisis Koefisien Korelasi R	63
4.1.9 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	64
4.2 Pembahasan.....	65

4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian	66
4.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.2.4 Pengaruh Persepsi Harga Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan Mingguan Restoran Sederhana Cabang Demang Lebar Daun Bulan Maret 2024	5
Tabel 2. 1 Penelitian Yang Relevan.....	23
Tabel 3. 1 Sampel Bertingkat	32
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	35
Tabel 3. 3 Pemberian Bobot Skor Skala Ordinal	38
Tabel 3. 4 Interpretasi Koefisien Korelasi	46
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	51
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlanggan.....	52
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	53
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	54
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga	55
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	55
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	57
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4. 12 Hasil Uji Autokorelasi.....	59
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4. 14 Hasil Uji Simultan.....	62
Tabel 4. 15 Hasil Uji Parsial	62
Tabel 4. 16 Hasil Analisis Koefisien Korelasi	63
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Hasil Uji Heterokedastisitas	59
------------------------------------------------	----

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Jumiati Indriani

NIM : 2001110137

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Prodi : Manajemen/S1

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Sederhana Cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang” dibuat dengan benar dan tidak melakukan penjiplakan/plagiat atau *copy paste* atas penelitian orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya siap untuk menanggung segala konsekuensinya.

Palembang, September 2024



Jumiati Indriani

ABSTRAK

Jumiati Indriani, Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Sederhana Cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang. (Dibawah bimbingan Ibu Dr. Ir. Hj. Yusro Hakimah, M.M dan Ibu Dr. Yolanda Veyibitha, S.E.M.Si)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga secara simultan terhadap keputusan pembelian di restoran sederhana cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang. Sampel dalam penelitian ini adalah 76 responden yang diperoleh dari rumus slovin. Teknik sampling penelitian ini adalah *accidental sampling*. Adapun teknik analisis data yaitu analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Sederhana Cabang Demang Lebar Daun, diperoleh nilai F Sig. $0,000 < 0,05$. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Sederhana Cabang Demang Lebar Daun, diperoleh nilai Sig. uji t sebesar $0,005 < 0,05$. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Sederhana Cabang Demang Lebar Daun, diperoleh nilai Sig. uji t sebesar $0,008 < 0,05$. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Sederhana Cabang Demang Lebar Daun, diperoleh nilai Sig. uji t sebesar $0,028 < 0,05$. Disarankan kepada penelitian selanjutnya untuk dapat mempertimbangkan untuk mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lainnya yaitu *brand image* dan *marketing mix*.

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

ABSTRACT

Jumiati Indriani, The Influence of Product Quality, Service Quality, and Price Perception on Purchasing Decisions at the Simple Restaurant, Demang Lebar Daun Branch, Palembang City. (Under the guidance of Mrs. Dr. Ir. Hj. Yusro Hakimah, M.M and Mrs. Dr. Yolanda Veyibitha, S.E.M.Si)

This study aims to determine the influence of product quality, service quality, and price perception simultaneously on purchasing decisions at the simple restaurant, Demang Lebar Daun branch, Palembang City. The sample in this study was 76 respondents obtained from the slovin formula. The sampling technique for this study was accidental sampling. The data analysis technique was multiple linear regression analysis.

Based on the hypothesis testing that has been carried out, the results obtained are that Product Quality, Service Quality and Price Perception have a positive and significant effect simultaneously on Purchasing Decisions at the Simple Restaurant, Demang Lebar Daun Branch, obtained an F Sig. value of 0.000 <0.05. Product Quality has a positive and significant partial effect on Purchasing Decisions at the Sederhana Restaurant, Demang Lebar Daun Branch, obtained a Sig. t-test value of 0.005 <0.05. Service Quality has a positive and significant partial effect on Purchasing Decisions at the Sederhana Restaurant, Demang Lebar Daun Branch, obtained a Sig. t-test value of 0.008 <0.05. Price Perception has a positive and significant partial effect on Purchasing Decisions at the Sederhana Restaurant, Demang Lebar Daun Branch, obtained a Sig. t-test value of 0.028 <0.05. It is recommended for further research to consider developing this research by examining other factors, namely brand image and marketing mix.

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

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Jumiati Indriani dilahirkan di kota Tebing-Tinggi pada tanggal 10 Mei 2002, merupakan anak kelima dari lima bersaudara, dari pasangan bapak Sarwono dan ibu Aswa. Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2013 di SD Negeri 13 Tebing-Tinggi, sekolah menengah pertama diselesaikan tahun 2017 di SMP Negeri 03 Tebing-Tinggi, dan selanjutnya menyelesaikan sekolah menengah atas pada tahun 2020 di SMK NEGERI 1 EMPAT LAWANG, pada tahun 2020, ia memasuki Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi Manajemen Universitas Tridianti.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan di industri rumah makan di Indonesia saat ini sangat ketat. Gaya hidup yang semakin modern membuat masyarakat cenderung lebih sering makan di luar. Hal ini meningkatkan permintaan terhadap rumah makan yang menawarkan variasi kuliner yang unik dan inovatif. Banyak rumah makan yang mencoba menarik pelanggan dengan cara menawarkan menu yang beragam dan unik, termasuk makanan sehat, makanan vegan, dan makanan khas daerah. Kehadiran *franchise* rumah makan internasional di Indonesia juga menambah tingkat persaingan. *Brand* internasional ini sering kali memiliki strategi pemasaran yang kuat dan standar kualitas yang tinggi. Oleh karena itu, setiap industri rumah makan harus menggunakan berbagai strategi untuk meningkatkan penjualan dan menarik perhatian konsumen (Apriyanti, 2018).

Konsumen yang bertindak sebagai elemen utama, semakin kritis dalam menilai produk yang tersedia. Komunikasi produk kepada calon konsumen menjadi sangat penting. Tanpa informasi yang memadai tentang suatu produk, konsumen mungkin tidak akan tertarik atau mengapresiasinya. Dengan komunikasi dan pemasaran yang efektif, perusahaan berharap dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, kemampuan menyampaikan informasi produk dengan baik menjadi faktor penting untuk meraih kesuksesan di pasar yang kompetitif (Ekowati, Finthariasari & Aslim, 2020).

Arfah (2022) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu aksi yang dilakukan oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk, dan dalam proses pengambilan keputusan tersebut, konsumen melakukan aktivitas yang menentukan pilihan mereka. Proses ini melibatkan serangkaian tahap, mulai dari pengidentifikasi kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga pembelian akhir. Kemampuan perusahaan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen sangat bergantung pada efektivitas komunikasi dengan konsumen melalui upaya membangun merek dan strategi pemasaran, serta melalui inovasi produk untuk menghadirkan variasi baru (Sari dkk, 2022). Keputusan pembelian sendiri dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah kualitas produk, *Kualitas Pelayanan*, dan persepsi harga.

Menurut Sitompul (2020), kualitas produk mencakup kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk daya tahan, kehandalan, dan ketelitian secara menyeluruh. Penting bagi perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas produk atau layanannya, karena peningkatan tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, memotivasi mereka untuk melakukan pembelian ulang, dan berdampak positif pada citra produk atau jasa yang disediakan.

Menurut Indrasari (2019) kualitas pelayanan adalah kondisi yang dinamis yang erat kaitannya dengan produk, layanan, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelayanan yang diinginkan oleh pelanggan. Jika pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan, maka kualitas pelayanan tersebut dianggap baik dan memuaskan. Kualitas pelayanan yang tinggi cenderung menciptakan kepuasan

pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan, mereka lebih mungkin untuk memilih untuk merekomendasikan atau menggunakan jasa yang sama di masa depan.

Harga memainkan peran penting dalam pertimbangan konsumen saat membeli produk atau jasa (Saragih dkk., 2023). Jika konsumen merasa bahwa harga yang ditawarkan sebanding dengan nilai yang diterima, mereka cenderung merasa puas dan memilih untuk membeli kembali produk atau jasa yang sama. Penentuan harga memiliki dampak signifikan pada tingkat kepuasan konsumen. Harga yang terjangkau dapat meningkatkan kepuasan konsumen, sementara harga yang tidak sesuai dapat mengurangi kepuasan mereka.

Penelitian ini dilakukan pada salah satu cabang restoran padang waralaba (*franchise*) yang cukup terkenal di Indonesia, yaitu Restoran Sederhana yang terletak di Demang Lebar Daun, Kota Palembang. Restoran Sederhana terkenal dengan masakan Padangnya yang autentik. Menu yang ditawarkan mencakup berbagai jenis lauk seperti rendang, ayam pop, gulai ikan, dendeng balado, dan sayur nangka. Penyajian dilakukan dengan cara prasmanan atau "hidang," di mana semua jenis makanan disajikan di meja dan pelanggan membayar sesuai dengan porsi yang mereka konsumsi.

Permasalahan yang dihadapi oleh Restoran Sederhana cabang Demang Lebar Daun yaitu mengenai kualitas produk. Seperti yang diketahui, Restoran Sederhana memiliki banyak cabang yang tersebar di seluruh Indonesia. Ketidakstabilan dalam kualitas dan rasa makanan di berbagai cabang dapat menyebabkan kebingungan dan ketidakpuasan di antara pelanggan. Rasa yang

inkosisten menyebabkan beberapa ulasan negatif pada sosial media yang menyebabkan calon pelanggan menjadi ragu untuk melakukan ulasan pembelian.

Permasalahan kedua yang dihadapi Restoran Sederhana cabang Demang Lebar Daun adalah Kualitas Pelayanan ditemukan beberapa ulasan negatif melalui media sosial khususnya pada ulasan *google* yang menunjukkan bahwa terjadi ketidakpuasan konsumen terhadap beberapa hal meliputi pelayanan yang kurang ramah, pesanan tidak sesuai, dan rasa masakan yang tidak konsisten. Beberapa ulasan negatif yang terus-menerus dapat merusak reputasi restoran, membuat calon pelanggan ragu untuk melakukan pembelian.

Permasalahan lainnya yang dihadapi Restoran Sederhana cabang Demang Lebar Daun adalah persepsi harga. Restoran Sederhana cabang Demang tergolong kedalam restoran padang yang memiliki harga cukup tinggi dibandingkan dengan kompetitor sejenis, pelanggan sering kali melakukan perbandingan harga dengan kompetitor sebelum melakukan pembelian. Selain itu, harga makanan pada Restoran Sederhana cabang Demang Lebar Daun memiliki perbedaan yang sangat besar antara pembelian dengan makan ditempat (*dine in*) dengan pembelian dibawa pulang (*take away*). Pelanggan yang memilih *dine in* akan dikenakan biaya layanan (*service charge*) yang akan membuat tagihan semakin tinggi dari tagihan *take away*. Persepsi harga tersebut berakibat pelanggan sering mempertimbangkan untuk melakukan pembelian di Restoran Sederhana Demang.

Adapun data penjualan pada Restoran Sederhana Cabang Demang Lebar Daun pada bulan Januari sampai dengan Maret tahun 2024 yaitu sebagai berikut :

Tabel 1. 1
Penjualan Mingguan Restoran Sederhana Cabang Demang Lebar Daun
Bulan Maret 2024

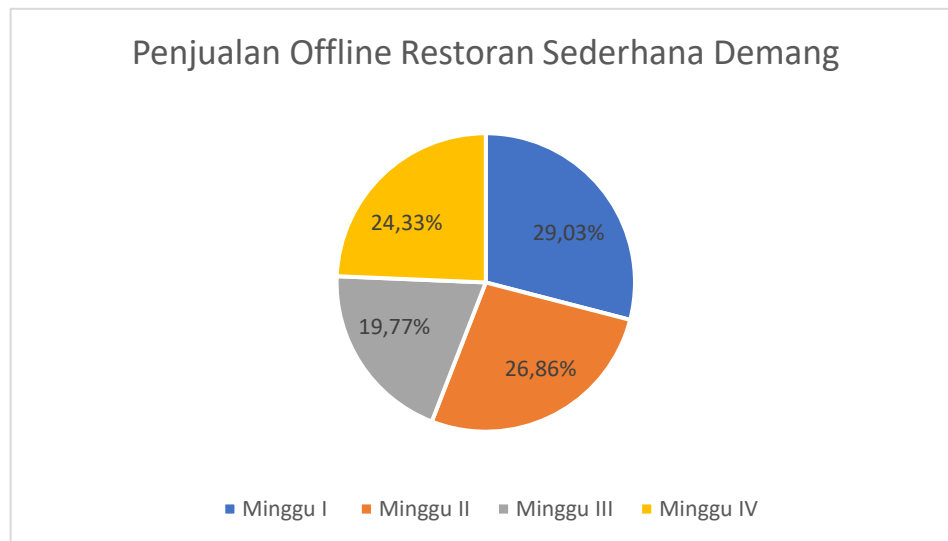
Tanggal	Penjualan <i>Offline</i>
Minggu I	Rp. 38.450.320
Minggu II	Rp. 35.568.128
Minggu III	Rp. 26.187.200
Minggu IV	Rp. 32.221.424
Total Omset	Rp. 132.427.072

(Sumber: Restoran Sederhana Demang Lebar Daun, 2024)

Tabel 1.1 memperlihatkan bahwa omset penjualan *offline* (pemesanan langsung dilokasi) pada bulan Maret 2024 di Restoran Sederhana Cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang meningkat dan menurun selama 4 minggu berturut-turut. Omset total penjualan juga terlihat mengalami peningkatan dan penurunan (fluktuasi), hal tersebut dikarenakan baru terdapat kompetitor sejenis yang baru melakukan *grand opening* disekitar lokasi Restoran Sederhana Cabang Demang Lebar Daun, yang menyebabkan beberapa konsumen beralih untuk mengeksplor restoran baru tersebut.

Adapun diagram penjualan yaitu sebagai berikut :

Gambar 1. 1
Diagram Penjualan Restoran Sederhana Maret 2024



(Sumber: Restoran Sederhana Demang Lebar Daun, 2024)

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa penjualan tertinggi terjadi pada minggu pertama bulan Maret tahun 2024 yaitu sebesar 29,03% sedangkan penjualan terendah diperoleh minggu ketiga di bulan Maret 2024. Peningkatan dan penurunan penjualan tersebut dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Selain dikarenakan adanya restoran baru yang menyebabkan konsumen beralih, konsumen lebih banyak mengunjungi restoran sederhana demang lebar daun pada minggu pertama dikarenakan rata-rata masyarakat menerima kompensasi pada minggu pertama sehingga memiliki uang lebih untuk dibelanjakan, sedangkan pada minggu ketiga konsumen mengubah pola konsumsi mereka, konsumen lebih banyak memasak di rumah atau mencoba jenis makanan lain yang harganya lebih terjangkau.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena penelitian yang terjadi maka penulis tertarik untuk melakukan riset dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Sederhana Cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di restoran sederhana cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di restoran sederhana cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di restoran sederhana cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang?
4. Apakah persepsi harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di restoran sederhana cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah pernyataan hasil yang akan dituju dalam suatu penelitian. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui :

1. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga secara simultan terhadap keputusan pembelian di restoran sederhana cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang.
2. Pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian di restoran sederhana cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang.
3. Pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian di restoran sederhana cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang.
4. Pengaruh persepsi harga secara parsial terhadap keputusan pembelian di restoran sederhana cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, manfaat tersebut diantaranya :

- a. Manfaat Teoritis

Memberikan pengetahuan dan pemahaman ilmu serta referensi kepada peneliti selanjutnya khususnya dengan topik faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

b. Manfaat Praktis

1. Sebagai bahan pertimbangan bagi Restoran Sederhana Cabang Demang Lebar Daun dalam mengambil keputusan berkaitan dengan faktor-faktor yang diteliti .
2. Sebagai sumber informasi dan bahan pertimbangan guna pengambilan keputusan perusahaan dalam strategi meningkatkan keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya kemasan terhadap penjualan produk perusahaan. *Sosio e-kons*, 10(1), 20-27.
- Arfah, Y. (2022). Keputusan pembelian produk. PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Aria, M., & Atik, I. L. (2018). Tata Kelola Administrasi untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi PT. BAM. *Jurnal Insitusi Politenik Ganesha Medan*.
- Ayunda, D. G., Pitriyani, P., & Harahap, N. J. (2023). Pegaruh Persepsi Konsumen, Inovasi, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Kendik Rantauprapat. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 287–295.
- Ekowati, S., Fintahiasari, M., & Aslim, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Eleven Cafe Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (Jam-Ekis)*, 3(1).
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafizhudin, R., & Afriansyah, H. (2019). Konsep Dasar Pengambilan Keputusan. *Jurnal Administrasi Pendidikan*.
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2022). Memahami Impulsif Buying Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 19(1), 31–55.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan.
- Jecky, J., & Erdiansyah, R. (2021). Pengaruh iklan media sosial dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian. *Prologia*, 5(2), 307–312.
- Joesyiana, K. (2018). The effect of Kualitas Pelayanan on consumer purchasing decisions at Shopee (online shop) in Pekanbaru: Survey of 7th semester students of Economics Accounting Education, Faculty of Teacher Training and Education, Islamic University of Riau. *Valuta*, 4(1), 71-85.
- Kotler, P., & Amstrong. (2018). Prinsip-prinsip Marketing (7 (ed.)). Salemba Empat.
- Kumontoy, M., Tumbel, A., & Tampenawas, J. (2023). Pengaruh Brand Awareness, Brand Characteristic dan Emotional Branding Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow di Ms Glow Pusat Tondano. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 568–579.
- Fahmi, R., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh International Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada pengguna smartphone Apple di Singapura). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)| Vol*, 60(2).
- Ridho, M., Murdiyanto, E., & Rahmawati, Z. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Vandee Sport Kediri. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(7), 110-120
- Rizkiani, D. E., & Setiawan, H. (2023, September). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Eiger Store Madiun). In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen*,

Bisnis, dan Akuntansi (Vol. 5).

- Nursiana, E., Prasetya, A., GS, A. D., Mahjudin, M., & Zuhro, D. (2023). Mengukur Citra Carrefour Bg Junction Di Kota Surabaya. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 153-166.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). The Influence of Digital Marketing, Kualitas Pelayanan, and Service Quality on Purchase Decisions. *Udayana University Management E-Journal*, 9(7).
- Saragih, R. P., & Prabowo, M. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Instagram, Brand Image, Dan Review Produk Terhadap Minat Beli Skin Care (Survey Pada Akun Instagram @Somethincofficial). *Ikraith-Konomika*, 6(2), 388-398.
- Sari, A. C. M., Purbowati, D., & Fadlillah, F. F. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Promosi Iklan Tv Dan Media Sosial. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 175–190.
- Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh harga citra merek dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(6).
- Selvia, M. (2022). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik scarlett whitening pada mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 320–330.
- Sitompul, S. C. (2020). Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Warga Bekasi Barat) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi indonesia).
- Soekandar, A. J., & Pratiwi, P. (2023). Difusi Inovasi untuk Keberlanjutan Bisnis Ritel Kecil: Strategi Pemasaran Digital. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 81–99.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan pembelian: sebagai variabel mediasi hubungan kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67-86.
- Wardhana, M. A., Maryatin, M., & Prihantono, J. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Waktu Tunggu Terhadap Kepuasan Nasabah Elektronik Pada Penggunaan Fitur Bca M-Banking. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri*, 4(1), 16-21.
- Zusmawati, Z., Magdalena, M., Fernos, J., & Ramadhani, A. S. (2023). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 470–483.