

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI  
*TRIPLE A COFFEE* PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagai Dari Syarat-Syarat Guna**

**Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



**Diajukan Oleh :**

**RINA APRILIA**

**20.01.11.01.72**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TRIDINANTI  
PALEMBANG**


**2024**


UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : RINA APRILIA  
Nomer Pokok/NPM : 20.01.11.01.72  
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I (S1)  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK,  
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *TRIPLE A*  
*COFFEE* PALEMBANG

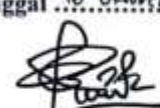
Pembimbing Skripsi :

Tanggal 24 Agustus 2024 Pembimbing I :  : Dr. Diatmiko Noviantoro, SE., M.Si  
NIDN: 0110117204

Tanggal 15 Agustus 2024 Pembimbing II :  : Dr. Frecilia Nanda Melvani, SE., MM  
NIDN: 0205069001

Mengetahui

Dekan  
Tanggal 16 Oktober 2024  
  
Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si., Ak., CA., CSRS  
NIDN: 0205026401


Ketua Program Studi  
Tanggal 16 Oktober 2024  
  
Mariyah Zanariah, SE., MM  
NIDN: 0222096301

UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS


HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : RINA APRILIA  
Nomer Pokok/NPM : 20.01.11.01.72  
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I (S1)  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK  
DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
DI TRIPLE A COFFEE PALEMBANG


Pembimbing Skripsi :

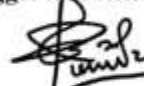
Tanggal 16 October 2024 Ketua Penguji :   
: Dr. Djatmiko Noviantoro, SE., M.Si  
NIDN: 0110117204

Tanggal 16 October 2024 Penguji I :   
: Dr. Freclia Nanda Melvani, SE., MM  
NIDN: 0205069001

Tanggal 16-10-2024 Penguji II :   
: Lusiana Nargis, SE., M.Si  
NIDN: 0222036101

Mengetahui

Dekan  
Tanggal 16 October 2024  
  
: Dr. Msv. Mikial, SE., M.Si., Ak., CA., CSRS  
NIDN: 0205026401

Ketua Program Studi  
Tanggal 16 October 2024  
  
: Mariyam Zanariah, SE., MM  
NIDN: 0222096301

**PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rina Aprilia  
Nomor Pokok : 2001110172  
Angkatan : 2020  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Strata (S1)  
Skripsi : PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK  
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *TRIPLE A*  
*COFFEE PALEMBANG*

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sumgguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palembang, Agustus 2024



Rina Aprilia

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto:**

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirmu, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu.” (**Umar bin Khattab**)

“Perbanyak bersyukur, buka mata, jembarkan telinga, perluas hati. Sadari kamu ada apa sekarang, bukan kemarin, nikmati setiap momen dalam hidup, berpetualanglah.” (**Rina Aprilia**)

### **Kupersembahkan skripsi ini kepada:**

- Allah SWT yang telah memberikan jalan dan hidayahnya.
- Kedua orang tuaku, Herwanto dan Napsiah yang telah memberikan semangat, motivasi dan dukungan serta do'a nya untukku.
- Saudara-saudaraku, Rima Elvina dan Anugrah Prastiyo
- Dosen-dosenku, terutama dosen pembimbingku yang telah sabar memberikan bimbingan dan arahan kepadaku.
- Sahabatku, Jimmy Setiawan
- Teman-teman seperjuanganku, yang telah memberikan dorongan dan kerja samanya.
- Almamater yang selalu ku banggakan.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan segala puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat, rahmat serta karunia-Nya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata 1 ( satu ) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang. Adapun judul skripsi ini adalah **“PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *TRIPLE A COFFEE* PALEMBANG”**.

Penulis telah berusaha semaksimal mungkin dalam menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan kemampuan yang ada. Penulis menyadari masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Namun penulis sangat bersyukur karena penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik berupa dukungan moral, semangat, bimbingan, petunjuk, serta saran-saran yang sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberikan kesehatan dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh semangat.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE.,MS selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.

3. Ibu Dr. Masayu Mikial, SE.M.Si.Ak.CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
4. Ibu Mariyam Zanariah, SE,M.M selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.
5. Bapak Dr.Djatismiko Noviantoro,SE.,M.Si selaku ketua pembimbing dalam penyusunan skripsi ini yang telah memberi bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Dr.Frecilia Nanda Melvani,SE.MM selaku pembimbing II yang telah memberi bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Umi Hasanah SE,M.M, selaku pembimbing akademik selama perkuliahan.
8. Seluruh Bapak dan Ibu dosen yang telah mendidik dan memberikan banyak ilmu pengetahuan selama masa studi di Universitas Tridinanti Palembang.
9. Orang tua tercinta Ayahanda (Herwanto) dan Ibu (Napsiah) tersayang yang selalu mendoakan dan memberikan semangat, dukungan, dan nasehat sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
10. Saudara-saudaraku (Rima Elvina dan Anugrah Prastiyo)
11. Sahabatku Jimmy Setiawan yang telah memberikan semangat yang bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
12. Bapak Ferdinand Destriansyah selaku pemilik *Triple A Coffee* yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian.

13. Teman-teman seperjuangan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Angkatan 2020 yang telah ikut mendorong penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

14. Kepada Almamater Universitas Tridinanti Palembang yang sudah menjadi tempat menuntut ilmu dan banyak memberikan pelajaran untuk penulis.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada pihak-pihak yang telah berjasa kepada penulis atas penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kesempurnaan dan masih terdapat kekurangan. Akan tetapi, semoga penulisan skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Palembang, Agustus 2024

Penulis

Rina Aprilia



## DAFTAR ISI

### Halaman

<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>2</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>2</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>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1 Landasan Teori .....</b>	<b>11</b>
<b>2.1.1. Pengertian Manajemen.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran .....</b>	<b>13</b>
<b>2.1.3. Definisi Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) .....</b>	<b>16</b>
<b>2.1.1 Harga.....</b>	<b>20</b>
<b>2.1.1.1 Pengertian Harga .....</b>	<b>20</b>
<b>2.1.1.2. Jenis-Jenis Harga .....</b>	<b>21</b>
<b>2.1.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga .....</b>	<b>22</b>

2.1.1.4. Tujuan Penetapan Harga .....	24
2.1.1.5. Metode Penentuan Harga.....	25
2.1.1.6. Strategi Penetapan Harga .....	27
2.1.1.7. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.1.1.8. Dimensi & Indikator Harga .....	31
2.1.2 Kualitas Produk .....	31
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	31
2.1.2.2. Jenis-Jenis Kualitas Produk.....	33
2.1.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk .....	34
2.1.2.4. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	35
2.1.2.5. Dimensi & Indikator Kualitas Produk.....	36
2.1.3 Kualitas Pelayanan .....	36
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	36
2.1.3.2. Jenis-Jenis Kualitas Pelayanan.....	37
2.1.3.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan .....	38
2.1.3.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	39
2.1.3.5. Dimensi & Indikator Kualitas Pelayanan.....	40
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	41
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	41
2.1.4.2. Jenis-Jenis Keputusan Pembelian .....	42
2.1.4.3 Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	43
2.1.4.4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	46
2.1.4.5. Tujuan Akhir Keputusan Pembelian .....	49
2.1.4.6. Dimensi & Indikator Keputusan Pembelian .....	50
2.2 Penelitian Lain Yang Relevan.....	51
2.3 Kerangka Berfikir .....	54
2.4 Hipotesis Penelitian .....	56
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>57</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	57

<b>3.1.1 Tempat Penelitian .....</b>	<b>57</b>
<b>3.1.2 Waktu Penelitian.....</b>	<b>57</b>
<b>3.2. Sumber dan Teknik Pengambilan Data .....</b>	<b>58</b>
<b>3.2.1 Sumber dan Jenis Data .....</b>	<b>58</b>
<b>3.2.2 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>58</b>
<b>3.3 Populasi, Sampel, dan Sampling.....</b>	<b>60</b>
<b>3.3.1 Populasi .....</b>	<b>60</b>
<b>3.3.2 Sampel .....</b>	<b>60</b>
<b>3.3.3 Sampling .....</b>	<b>62</b>
<b>3.4 Rancangan Penelitian .....</b>	<b>64</b>
<b>3.5 Variabel dan Definisi Operasional .....</b>	<b>65</b>
<b>3.5.1 Variabel Penelitian.....</b>	<b>65</b>
<b>3.5.2 Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>66</b>
<b>3.6. Instrumen Penelitian.....</b>	<b>68</b>
<b>3.6.1. Uji Validitas .....</b>	<b>68</b>
<b>3.6.2. Uji Reliabilitas .....</b>	<b>69</b>
<b>3.7. Teknik Analisis Data.....</b>	<b>70</b>
<b>3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....</b>	<b>70</b>
<b>3.7.2. Analisis Regresi Linear Berganda .....</b>	<b>72</b>
<b>3.7.3. Koefisien Korelasi (R).....</b>	<b>72</b>
<b>3.7.4. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) .....</b>	<b>73</b>
<b>3.8 Uji Hipotesis.....</b>	<b>74</b>
<b>3.8.1. Uji Signifikan Simultan (F) .....</b>	<b>74</b>
<b>3.8.2. Uji Signifikan Parsial (T) .....</b>	<b>75</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>77</b>
<b>4.1 Hasil Penelitian.....</b>	<b>77</b>
<b>4.1.1 Sejarah Singkat Triple A Coffee.....</b>	<b>77</b>
<b>4.1.2 Visi dan Misi Triple A Coffee .....</b>	<b>78</b>
<b>4.1.3 Struktur Organisasi .....</b>	<b>78</b>

<b>4.1.4 Uraian Tugas dan Tanggung Jawab .....</b>	<b>79</b>
<b>4.1.5 Pembahasan .....</b>	<b>82</b>
<b>4.2 Uji Instrumen .....</b>	<b>83</b>
<b>4.2.1 Uji Validitas .....</b>	<b>83</b>
<b>4.2.2 Uji Realibilitas .....</b>	<b>86</b>
<b>4.3 Uji Asumsi Klasik.....</b>	<b>89</b>
<b>4.3.1.Uji Normalitas .....</b>	<b>89</b>
<b>4.3.2.Uji Multikolonearitas.....</b>	<b>90</b>
<b>4.3.3.Uji Heteroskedastisitas .....</b>	<b>91</b>
<b>4.4.Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....</b>	<b>92</b>
<b>4.4.1 Uji Koefisien Korelasi (R).....</b>	<b>94</b>
<b>4.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) .....</b>	<b>95</b>
<b>4.5 Uji Hipotesis.....</b>	<b>96</b>
<b>4.5.1.Uji Signifikan Simultan (F) .....</b>	<b>96</b>
<b>4.5.2.Uji Signifikan Parsial (T) .....</b>	<b>97</b>
<b>4.6 Pembahasan .....</b>	<b>100</b>
<b>4.6.1 Pembahasan Secara Simultan .....</b>	<b>100</b>
<b>4.6.2.Pembahasan Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....</b>	<b>101</b>
<b>4.6.3 Pembahasan Pengaruh Kualitas Produk Tahapan Keputusan Pembelian.....</b>	<b>102</b>
<b>4.6.4. Pembahasan Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....</b>	<b>102</b>
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>104</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>104</b>
<b>5.2 Saran 1.....</b>	<b>05</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>106</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>109</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1. Data Kunjungan Konsumen <i>Triple A Coffee</i> 2023-2024 .....	4
Tabel 2.1. Penelitian Lain Yang Relevan.....	40
Tabel 3.1. Jadwal Penelitian.....	45
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel.....	54
Tabel 3.3. Interpretasi Nilai (R).....	61
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1).....	88
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2) .....	88
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....	89
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	90
Tabel 4.5 Hasil Uji Realibilitas .....	91
Tabel 4.6. Hasil Uji Normalitas .....	94
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas .....	95
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	97
Tabel 4.9 Hasil Analisis Koefisien Korelasi (R).....	99
Tabel 4.10 Hasil Analisis Determinasi ( $R^2$ ).....	99
Tabel 4.11 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	100
Tabel 4.12 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	101

**DAFTAR GAMBAR****Halaman**

Gambar 2.1. Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	35
Gambar 2.2. Kerangka Berfikir.....	43
Gambar 4.1. Struktur Organisasi.....	35
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	43

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	110
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	116
Lampiran 3. Output Data SPSS.....	130
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas .....	135
Lampiran 5. Hasil Uji Normalitas.....	135
Lampiran 6. Hasil Uji Multikolinearitas .....	136
Lampiran 7. Hasil Uji Heteroskedastistas.....	136
Lampiran 8. Hasil Uji Koefisien Korelasi & Determinasi.....	136
Lampiran 9. Uji Simultan (F).....	137
Lampiran 10. Uji Parsial .....	137
Lampiran 11. Distribusi Nilai R Tabel.....	138
Lampiran 12. Distribusi Nilai F Tabel .....	139
Lampiran 13. Distribusi Nilai T Tabel.....	140
Lampiran 14. Dokumentasi Penelitian.....	141

## ABSTRAK

**Rina Aprilia, Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. (Dibawah bimbingan Bapak Dr.Djatkiko Noviantoro,SE.,M.Si dan Ibu Dr.Frecilia Nanda Melvani,SE.MM )**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di *Triple A Coffee* Palembang. Dalam penulisan skripsi ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data secara primer dan sekunder, yang diperoleh dengan penyebaran kuesioner. Jumlah populasi dan sampel dalam penelitian ini sebanyak 92 responden, dimana dengan menggunakan teknik *accidental sampling* ( *non probability sampling*), Teknik analisis yang digunakan yaitu meliputi Uji Validitas, Uji Realibilitas, Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas dan Uji Heteroskedestisitas), Teknik Analisis Data, Analisis Regresi Linear Berganda, Analisis Koefisien Korelasi dan Analisis Koefisien Determinasi, serta Uji Hepotesis (Uji T dan Uji F) dengan menggunakan program aplikasi *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di *Triple A Coffee* Palembang . Dengan signifikan F sebesar  $0,000 < 0,05$  .Persamaan regresi linear berganda  $Y = 14,692 + 0,348 X_1 + 0,123X_2 + 0,230X_3$ . variabel Harga memiliki pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Konsumen pada Triple A Coffee Palembang. Dengan signifikan sebesar  $0,00 < 0,05$ . variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada *Triple A Coffee* Palembang. Dengan signifikan sebesar  $0,015 > 0,05$  . variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel Keputusan Konsumen pada *Triple A Coffee* Palembang. Dengan signifikan sebesar  $0,00 < 0,05$  .

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



**ABSTRACT**

***Rina Aprilia, Price Influence. Product Quality and Service Quality on Purchasing Decisions. (Under the guidance of Mr. Dr. Djatmiko Noviantoro, SE., M. Si and Mrs. Dr. Frecilia Nanda Melvani, SE. MM )***

*This research aims to find out whether there is an influence of price, product quality and service quality on purchasing decisions at Triple A Coffee Palembang. In writing this thesis the author used primary and secondary data collection techniques, which were obtained by distributing questionnaires. The total population and sample in this study were 92 respondents, using accidental sampling (non-probability sampling) techniques. The analysis techniques used included Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test (Normality Test, Multicollinearity Test and Heteroscedasticity Test), Technique Data Analysis, Multiple Linear Regression Analysis, Correlation Coefficient Analysis and Determination Coefficient Analysis, and Hepothesis Test (T Test and F Test) using the Statistical Product and Service Solution (SPSS) application program version 25.*

*The research results show that there is an influence of price, product quality and service quality on purchasing decisions at Triple A Coffee Palembang. With a significant F of  $0.000 < 0.05$ . Multiple linear regression equation  $Y = 14.692 + 0.348 X_1 + 0.123 X_2 + 0.230 X_3$ . The price variable has a partial influence on consumer decisions at Triple A Coffee Palembang. With a significance of  $0.00 < 0.05$ . The Product Quality variable has a partial influence on Purchasing Decisions at Triple A Coffee Palembang. With a significance of  $0.015 > 0.05$ . The Service Quality variable has a partial influence on the Consumer Decision variable at Triple A Coffee Palembang. With a significance of  $0.00 < 0.05$ .*

***Keywords : Price, Product Quality, Service Quality and Purchasing Decisions***

## **RIWAYAT HIDUP**

**Rina Aprilia**, dilahirkan di Palembang pada tanggal 24 April 2001 dari Bapak Herwanto dan Ibu Sri Napsiah, Merupakan anak kedua dari tiga bersaudara.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2013 di SD Negeri 252 Palembang, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan tahun 2016 di SMP Negeri 20 Palembang dan Sekolah Menengah Kejuruan diselesaikan tahun 2019 di SMK Negeri 8 Palembang Jurusan Akomodasi Perhotelan. Pada tahun 2020 memasuki Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, Agustus 2024

Rina Aprilia

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang terus maju saat ini, menuntut para pengusaha lebih aktif lagi dalam melakukan strategi agar mampu bersaing dipasaran agar tidak ditinggalkan oleh konsumen. Dengan diberlakukannya MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) sekarang ini dimana perekonomian secara makro Indonesia tidak stabil membuat pengusaha semakin terpojok manakala tidak cepat bergerak mengambil tindakan untuk berusaha bangkit. Karena persaingan bisnis yang terjadi saat ini disemua sektor, salah satunya adalah sektor kuliner. Ragam macam usaha kuliner mulai dari skala kecil seperti pedagang kaki lima dan warung makan hingga usaha kuliner skala besar seperti *café* dan *coffee shop* kini semakin banyak dan beragam (Armahadyani, 2017). Banyaknya perkembangan *cafe* di berbagai kota termasuk di kota Palembang.

Di Kota Palembang perkembangan usaha kuliner cukup pesat hal ini dapat dilihat dengan banyaknya usaha-usaha *café* yang bermunculan, dengan ketatnya persaingan ini maka pengusaha kuliner harus mampu untuk bersaing demi menarik perhatian konsumen, oleh karena itu para pengusaha kuliner harus melakukan inovasi baru untuk membuat ketertarikan konsumen pada produk yang dihasilkannya.

Salah satu usaha kuliner yang bersaing melakukan inovasi tersebut adalah *Triple A Coffee* yang berlokasi di area Yayasan IBA, Jl. Mayor Ruslan, 9 Ilir, Kec. Ilir Tim. II Kota Palembang, Sumatera Selatan 30115. *Triple A Coffee* merupakan salah satu usaha yang mulai beroperasi pada tanggal 10 Maret 2022. Konsep yang digunakan adalah perpaduan dengan pilihan menu makanan Tradisional, Oriental, Kontinental dan pilihan minuman *Coffee, Non coffee*. Dalam persaingan di industri kuliner ini, sebuah usaha kuliner dituntut untuk menawarkan Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan yang baik agar menimbulkan minat beli konsumen.

Dengan semakin banyaknya *cafe* yang bermunculan dapat menimbulkan persaingan dalam industri kuliner semakin ketat. Dengan adanya situasi seperti ini *Triple A Coffee* menciptakan strategi yang unggul. Salah satu hal utama yang harus dilakukan untuk meraih keunggulan bersaing tersebut adalah dengan fokus terhadap konsumen. Manajemen *Triple A Coffee* telah berupaya memberikan pelayanan kepada konsumen dengan baik seperti pelayanan karyawan yang ramah selain itu Ferdinand Destriansyah selaku pemilik *cafe* mengatakan *Triple A Coffee* juga menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas makanan dan kualitas minuman yang diberikan, pemberian potongan harga dan *voucher* pada saat-saat tertentu.

Berikut ini terdapat data pengunjung yang melakukan pembelian di *Triple A Coffe* disajikan dalam bentuk Tabel:

**Tabel 1.2****Kunjungan Konsumen *Triple A Coffee* Periode Desember 2023-Mei 2024**

<b>NO</b>	<b>BULAN</b>	<b>JUMLAH PENGUNJUNG</b>
1	Desember	2.300
2	Januari	1.940
3	Februari	1.500
4	Maret	2.456
5	April	1.760
6	Mei	2.370
<b>JUMLAH</b>		<b>12.326</b>

Sumber : *Triple A Coffee* 2024

Berdasarkan hasil survei data periode Desember 2023 – Mei 2024 yang didapatkan oleh penulis dilapangan yang ditunjukkan pada tabel 1.1 yaitu adanya penurunan kunjungan konsumen pada bulan Februari. Meskipun tingkat kunjungan dari bulan Desember sampai dengan bulan Mei naik turun, namun tidak menunjukkan penurunan yang signifikan. Pihak manajemen mengharapkan dan menargetkan adanya tingkat kunjungan konsumen di *Triple A Coffee* harus selalu mengalami kenaikan yang signifikan dari setiap bulannya guna mencapai omset yang optimal.

Konsumen merupakan suatu bagianterpenting bagi keberlangsungan suatu usaha. Terdapat banyak pesaing seperti *New Town Kopitiam*, *Luthier Coffee*, *Tomoro Coffee* dan lain lain. Dalam rangka meningkatkan jumlah pembelian yang dilakukan konsumen maka pihak manajemen perusahaan perlu memperhatikan tahap-tahapan dalam pengambilan keputusan pembelian, termasuk manajemen *Triple A Coffee* Palembang.

Menurut Lati Sari Dewi (2023:21) tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar melakukan pembelian dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti kualitas produk, harga, lokasi, promosi, kualitas pelayanan, dan lainnya. Keputusan pembelian konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa diawali dengan kesadaran untuk memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan dan mengetahui adanya masalah lain, konsumen akan melalui beberapa tahap akhir. Berdasarkan pendapat Lati Sari Dewi yang telah diuraikan, banyak faktor yang dipertimbangkan didalam proses pengambilan, namun penelitian ini peneliti focus pada 3 faktor yaitu harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Berikut dijelaskan hubungan antara faktor harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian.

Menurut Lati Sari Dewi (2022: 97-98) penetapan harga telah memiliki fungsi yang sangat luas di dalam program pemasaran. Menetapkan harga berarti bagaimana mempertautkan produk kita dengan aspirasi sasaran pasar, yang berarti pula harus mempelajari kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen. Dalam tahap proses pengambilan keputusan pembelian menunjukkan bahwa harga menjadi perhatian setiap konsumen dalam melakukan keputusan pembeliannya. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus mempertimbangkan harga yang ditetapkannya dengan mempertimbangkan situasi persaingan, daya beli pasar atau konsumen dan biaya untuk menghasilkan produk tersebut. Seperti hasil penelitian Ahmahadyani, bahwa harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dengan menanggulangnya, hubungan antara harga dengan keputusan pembelian pihak manajemen perusahaan biasanya menawarkan harga yang sesuai dengan produk yang diberikan, memberikan potongan harga dan voucher pada saat-saat tertentu. Kesimpulan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Persepsi tersebut berdasarkan pada telaah pustaka dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan, mempersepsi dan meyakinkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Selain harga, kualitas produk seperti dikemukakan Sofjan Assauri (1996) merupakan faktor yang dipertimbangkan didalam keputusan pembelian konsumen.

Menurut Sofjan Assauri (1996) kualitas produk adalah seseorang membeli produk bukan karena fisik produk itu semata-mata, tetapi faktor kualitas dan manfaat yang dibelinya tersebut menjadi pertimbangan konsumen. Selain manfaat yang ditimbulkan dari produk, hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian juga dapat meningkatkan jumlah pembelian dengan menambah konsep perpaduan dengan pilihan menu makanan tradisional, oriental, kontinental dan pilihan minuman *coffee* dan *non coffe*, dan rutin melakukan evaluasi dan memperbarui produk setiap bulannya sehingga konsumen dapat melakukan pembelian ulang, dengan meningkatkan kualitas produk perusahaan juga memberikan survey kepuasan setiap bulannya kepada konsumen. Dengan yang telah diuraikan, mempersepsi dan meyakinkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga menjadi perhatian konsumen.

Menurut Tjiptono (2014) kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian melalui berbagai mekanisme yaitu: 1. Peningkatan Kepuasan Pelanggan 2. Loyalitas Pelanggan 3. Pengurangan Risiko Persepsi 4. Pengaruh pada Citra dan Reputasi.

Selain dari kualitas pelayanan melalui berbagai mekanisme, terdapat juga hubungan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian yaitu pelayanan yang konsisten dan berkualitas tinggi dengan memberikan penawaran produk, empati dan kesigapan karyawan dalam melayani pemesanan dan pembayaran. Selain itu perusahaan memberikan fasilitas seperti wifi, parkir yang luas, ruangan indoor dan outdoor sehingga lebih membuat pelanggan merasa nyaman dan melakukan pembelian ulang, Persepsi tersebut berdasarkan pada telaah pustaka dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan, mempersepsi dan meyakinkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka, seharusnya manajemen perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor dari Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan agar dapat menarik perhatian bagi konsumen termasuk dengan manajemen *Triple A Coffee* Palembang.

Fakta yang terjadi di perusahaan adalah harga produk yang dijual relatif bersaing dengan *cafe* lain dengan harga makanan yang mulai dari 5.000 - 37.500 dan harga minuman yang berkisaran 7.000 – 27.000. Kualitas Produk yang ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen, Kesegaran makanan dan minuman dengan tekstur, rasa dan aromanya, produk makanan dan minuman yang



beranekaragam, makanan dan minuman yang disajikan higienis dan disajikan dengan menarik. Kualitas Pelayanan yang diberikan kepada konsumen cukup memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dari pemesanan makanan dan minuman, penyajian, dan pembayaran, parkir yang luas, keramahan dan kesigapan karyawan terhadap konsumen. Alasan peneliti memilih *Triple A Coffee* adalah karena UMKM (Usaha Makro Kecil Menengah) yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perkembangan ekonomi saat ini. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai keputusan pembelian di *Triple A Coffee Palembang*. Dimana aspek Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan yang akan diteliti. Sehingga penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di *Triple A Coffee Palembang*”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian di *Triple A Coffee Palembang*?
2. Apakah Harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di *Triple A Coffee Palembang* ?
3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di *Triple A Coffee Palembang*?

4. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di *Triple A Coffee* Palembang ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui :

1. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian di *Triple A Coffee* Palembang.
2. Pengaruh Harga secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di *Triple A Coffee* Palembang.
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di *Triple A Coffee* Palembang.
4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di *Triple A Coffee* Palembang.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian karya ilmiah ini diharapkan akan memberi manfaat kegunaan kepada berbagai pihak yang membutuhkannya, antara lain sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Bagi Peneliti**

Penelitian ini dapat memperluas pengetahuan serta pengalaman teori-teori terkait pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian agar dapat melakukan riset ilmiah dan

menyajikannya dalam bentuk tulisan dengan baik.

## 2. Manfaat Bagi Akademik

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dengan menyelidiki secara mendalam pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di *Triple A Coffee* Palembang.

## 3. Manfaat Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan masukan sebagai bahan evaluasi dalam bidang pemasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Armahadyani. “Pengaruh Harga , Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kedai Makan Pa ‘Mur Karawang’. Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif, Hal 68-98.
- Adi Ahdiat. Sumber Badan Pusat Statistik (BPS)databoks.katadata.co.id 2023, 10 Provinsi dengan restoran skala menengah besar terbanyak di Indonesia.
- Sumber *Triple A Coffee*. “Kunjungan Konsumen *Triple A Coffee* 2023-2024”.
- Sumber *Triple A Coffee*. “Data Penilaian Konsumen Periode Desember 2022 – Mei 2023 *Triple A Coffee*”.
- Ninditya Putri Hayuningtyas, Bayu Pramutoko, dan Nurali Agus N.Z. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Warung Pojok Jeli Tulungagung”. SAMMAJIVA : Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen Vol.1 No. 2 Juni 2023, Hal 192-198.
- Ari Setyaningrum, “Prinsip – Prinsip Pemasaran”Penerbit : Andi Offset, 1 Februari 2016.
- Murti Pujiwati, Reni Shinta Dewi, Sudharto Prawata Hadi. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Oasis Bubble Milktea and Dessert di Kota Magelang)”. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 12, No.3 2023 Hal 729-737.

Lati Sari Dewi, “Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian” Penerbit: Global Aksara Pers Anggota IKAPI, Maret 2023, Hal.1-126.

Suri Amilia. ‘Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol.6 No.1, Mei 2017, Hal 660-669.

Lati Sari Dewi, “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian” Penerbit : Global Aksara Pers Anggota IKAPI, September 2022, Hal. 1-106.

James Prabowo Soetanto, Fanny Septina, dan Timotius Febry, “Pengaruh Kualitas Produk dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol. 5 No.1, April 2020 Hal.64-71.

Ketut Sudana, Ni Luh Putu Yesy Anggreni, dan I Putu Eka Indrawan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Kober Mie Setan (Study Kasus Kober Mie Setan Peguyangan). Vol. 22, No.2 Oktober 2021, Hal.555-561.

Sugiyono, “Metode penelitian pendidikan : Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D”. Penerbitan: Bandung : Alfabeta,2014, Hal. 1- 450

Sugiyono, “Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D”. Penerbit: Alfabeta, 2016 Hal. 1- 464.

Karimuddin Abdullah, Misbahul Jannah, Ummul Aiman, Suryadin Hasda, Zahara Fadilla, Taqwin, Masita, Ketut Ngurah Ardiawan, Meilida Eka

- Sari, “Metodologi Penelitian Kuantitatif”. Penerbit: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI, Juli 2022, Hal. 1-120.
- Syafrida Hafni Sahir, “Metodologi Penelitian”. Penerbit: KMB INDONESIA Anggota IKAPI, 2021 Hal 1-83.
- Tim penyusun: Bidang Kajian Kebijakan dan Inovasi Administrasi Negara, “Processing Data Penelitian Menggunakan SPSS”. Edisi 1,
- Agus Tri Basuki, “Penggunaan SPSS Dalam Statistik”. Penerbit: Danisa Media, Yogyakarta, 2014, Hal 1-105, Edisi 1.
- Juliansyah Noor, 2015. Metode Penelitian. Jakarta : kencana
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono (2019).Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Sofjan Assuri, Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi, (Jakarta : Raja Grafindo Perasada, 1996), h.202
- Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*, (Andi Publisher, 2014)
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, (Pearson Education, 2009)
- Anwar Sanusi, Metode Penelitian Bisnis, (Salemba Empat, 2011)
- Mudrajad Kuncoro, Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi, (UPP AMP YKPN, 2001)