

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN, KUALITAS PRODUK, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BAKSO CARTEL CABANG JAKABARING DI PALEMBANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat

Guna Mencapai Gelar Sarjana Manajemen



Diajukan oleh :

GUSTI PUTRI SYAFRINI

NPM: 20.01.11.01.49

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDIANTI

2024

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Gusti Putri Syafrini
Nomor Pokok/NIM : 20.01.11.01.49
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Konsumen, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Bakso Cartel cabang Jakabaring di Palembang.

Pembimbing Skripsi

Tanggal 10-2-2025 Pembimbing I :



Yunidar Erlina, S.E, M.Si

NIDN : 0230066302



Tanggal 10-2-2025 Pembimbing II :

Herman Efrizal, S.E, M.M

NIDN : 0202066602

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Tanggal 10-2-2025



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

Ketua Prodi Manajemen

Tanggal 10-2-2025



Dr. Yolanda Veybitha, S.E, M.Si
NIDN : 0226028303

116/PS/DFEB/ 25

UNIVERSITAS TRIDINANTI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Gusti Putri Syafrini
Nomor Pokok/NIM : 20.01.11.01.49
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Konsumen, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Bakso Cartel cabang Jakabaring di Palembang.

Penguji Skripsi

Tanggal 10-2-2025 Ketua Penguji :



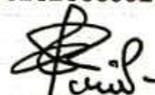
Yunidar Erlina, S.E., M.Si
NIDN : 0230966302

Tanggal 10-2-2025 Penguji I :



Herman Efrizal, S.E., M.M
NIDN : 0202066602

Tanggal 10-2-2025 Penguji II :



Mariyam Zanariah, S.E., M.M
NIDN : 0222096301

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Tanggal 10-2-2025

Ketua Prodi Manajemen
Tanggal 10-2-2025




Dr. Msy. Mikal, S.E., M.Si, Ak, CA, CSRS
NIDN : 0205026401


Dr. Yolanda Veybitha, S.E., M.Si
NIDN : 0226028303

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya” –

Q.S Al-Baqarah:286-

“Orang tua dirumah menanti kepulanganmu dengan hal yang membanggakan, jangan kecewakan mereka, simpan keluhmu, sebab letihmu tak sebanding dengan perjuangan mereka menghidupimu.”

“Ketika hidup memiliki 1000 alasan untuk menangis, kamu harus memiliki setidaknya 1 alasan untuk tersenyum.”

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- ALLAH SWT
- Kedua orangtua tercinta, Ayah dan Ibu
- Adik – adikku tersayang
- Para pendidiku
- Almamaterku

PENYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : GUSTI PUTRI SYAFRINI
Nomor Pokok/NIM : 20.01.11.01.49
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKSO CARTEL CABANG JAKABARING DI PALEMBANG

Dengan ini menyatakan skripsi ini telah ditulis dengan sesungguhnya dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini mengandung ciri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atau perbuatan tersebut.

Palembang, Januari 2025

Penulis



Gusti Putri Syafrini

KATA PENGANTAR

الرَّحْمٰنُ الرَّحِیْمُ

Alhamdulillah Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia Nya sehingga akhirnya penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Konsumen, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Bakso Cartel cabang Jakabaring di Palembang” dapat berjalan dengan lancar. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan mencapai Sarjana program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Tridianti Palembang.

Proses penyusunan skripsi ini penulis menerima bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis hendak memberikan ucapan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Edrizal, AE., MS. Selaku Rektor Universitas Tridianti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridianti Palembang.
3. Ibu Maryam Zanariah, S.E., M.M. Selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridianti Palembang.
4. Ibu Yunidar Erlina, S.E., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing I, yang meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan skripsi ini agar dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.

5. Bapak Herman Efrizal, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing II, yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridinanti Palembang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan.
7. Pimpinan dan staff karyawan Bakso Cartel cabang Jakabaring yang telah memberikan izin kepada penulis melaksanakan penelitian dan membantu penulis dalam memperoleh data yang penulis perlukan.
8. Teristimewa kepada kedua orang tuaku Bapak M.syafei dan Ibu Marini, yang selalu memberikan dukungan penulis berupa moril maupun materil yang tak terhingga serta doa yang tidak ada putusnya yang diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan studi sarjana hingga selesai, Terimakasih atas segala pengorbanan dan cinta tulus yang diberikan.
9. Kepada kedua Adikku tersayang M. Fajri Ramadhan dan M. Faiz Haidar Rafi terima kasih atas semangat, doa, dan cinta yang selalu diberikan kepada Penulis. Tumbuhla menjadi versi terbaik, Adik-adikku.
10. Teruntuk sahabat tercinta Firda Isbahati dan Siti Nuraini terima kasih selalu menjadi garda terdepan di masa-masa sulit penulis. Terima kasih selalu mendengarkan keluh kesah penulis.
11. Teruntuk teman seperjuanganku Mesy Angela dan Seno Danovan yang telah berbagi tawa, canda, dan kesulitan. Terima kasih atas setiap waktu dan pertualangan hebat yang kita lalui bersama selama masa perkuliahan. *See you on the next top bestie.*

12. Terakhir, untuk diri saya sendiri, Gusti Putri Syafrini. Atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini. Terima kasih telah bertahan hingga saat ini disaat penulis tidak percaya terhadap dirinya sendiri namun penulis tetap mengingat bahwa setiap langkah kecil yang diambil adalah bagian dari perjalanan meskipun terasa sulit dan lambat. Tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, untuk itu penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kekurangan. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi bagi semua pihak yang memerlukannya.

Palembang, Desember 2024

Penulis

Gusti Putri Syafrini

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
PENYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
12.1. LATAR BELAKANG.....	1
12.2. PERUMUSAN MASALAH.....	8
12.3. TUJUAN PENELITIAN.....	8
12.4. MANFAAT PENELITIAN.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1. KAJIAN TEORITIS	11
2.1.1. Manajemen.....	11
2.1.2. Persepsi Konsumen	15
2.1.3. Kualitas produk	19
2.1.4. Kualitas Pelayanan	21
2.1.5. Keputusan pembelian	26
2.2. PENELITIAN YANG RELEVAN.....	32
2.3. KERANGKA BERFIKIR.....	34
2.4. HIPOTESIS.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1. Tempat dan waktu penelitian	37
3.1.1. Tempat Penelitian.....	37
3.1.2. Tempat Penelitian.....	37
3.2. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	37

3.2.1. Sumber Data.....	37
3.2.2. Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.3. Populasi dan Sampel.....	40
3.3.1. Populasi.....	40
3.3.2 Sampel.....	40
3.3.3. Teknik Pengambilan Sempel	41
3.4 Rencana Penelitian	43
3.5. Variabel Dan Definisi Oprasional	44
3.5.1. Variabel.....	44
3.5.2. Definisi Operasional Variabel.....	45
3.6. Uji Instrumen	48
3.6.1. Uji Validitas	48
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	48
3.7. Uji Asumsi Klasik	49
3.7.1. Uji Normalitas	49
3.7.2. Uji Multikolineritas	49
3.7.3. Uji Heteroskedasitas	50
3.8. Teknik Analisis Data	50
3.8.1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
3.8.2. Analisis Koefisien Korelasi (r).....	51
3.8.3. Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	51
3.9. Uji Hipotesis.....	52
3.9.1. Uji Signifikasi Simultan (Uji F).....	52
3.9.2. Uji Signifikasi Parsial (Uji t).....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1. Hasil Penelitian.....	55
4.1.1. Sejarah singkat Perusahaan.....	55
4.1.2. Visi dan Misi	56
4.1.3. Struktur Organisasi.....	57
4.1.4. Uraian dan Tugas Wewenang	58
4.2. Profil Identitas Responden.....	59
4.2.1. Jenis Kelamin Responden	59
4.2.2. Umur Responden.....	59
4.2.3. Tingkat Pendidikan.....	60

4.2.4. Pekerjaan Responden.....	61
4.3. Hasil Uji Instrumen	62
4.3.1. Hasil Uji Validitas	62
4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	66
4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik	67
4.4.1. Hasil Uji Normalitas	67
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas	68
4.4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
4.5. Hasil Teknik Analisis Data	70
4.5.1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	70
4.5.2. Hasil Analisis Koefisien Korelasi (r).....	72
4.5.3. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	73
4.6. Hasil Uji Hipotesis	74
4.6.1. Hasil Uji F (Uji Simultan).....	74
4.6.2. Hasil Uji t (Uji Parsial)	75
4.7. Pembahasan.....	78
4.7.1. Pembahasan Pengaruh Persepsi Konsumen, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.7.2. Pembahasan Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	79
4.7.3. Pembahasan Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	80
4.7.3. Pembahasan Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	80
BAB V	82
5.1. KESIMPULAN.....	82
5.2. SARAN-SARAN.....	82
SISTIMATIKA PENULISAN	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
Lampiran.....	

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Jumlah keputusan pembelian Bakso Cartel.....	3
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu yang terkait	33
Tabel 3.1 Jadwal penelitian	37
Tabel 3.2 Skala likert	39
Tabel 3.3 Definisi operasonal variabel.....	45
Tabel 3.4 Kriteria hubungan dua variabel	51
Tabel 4.1 Responden berdaarkan jenis kelamin.....	59
Tabel 4.2 Responden bedasarkan umur.....	60
Tabel 4.3 Responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	60
Tabel 4.4 Responden berdasarkan pekerjaan.....	61
Tabel 4.5 Hasil uji validitas variabel persepsi konsumen (X1)	63
Tabel 4.6 Hasil uji validitas variabel kualitas produk (X2).....	63
Tabel 4.7 Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan (X3)	64
Tabel 4.8 Hasil uji validitas variabel keputusan pembelian (Y).....	65
Tabel 4.9 Hasil uji reliabilitas	66
Tabel 4.10 Hasil uji normalitas.....	67
Tabel 4.11 Hasil uji multikolinearitas	68
Tabel 4.12 Hasil uji heteroskedstas.....	70
Tabel 4.13 Koefisien regresi persepsi konsumen, kualitas produk, terhadap kualitaspelayanan	70
Tabel 4.14 Hasil uji koefisien korelasi (r)	72
Tabel 4.15 Hasil uji koefisien determinasi (R ²).....	73
Tabel 4.16 Hasil uji F (Uji simultan)	74
Tabel 4.17 F tabel dengan propabilitas 0,05.....	75
Tabel 4.18 Hasil uji t (Uji parsial)	76
Tabel 4.19 t tabel dengan propabilitas 0,05.....	76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan.....	27
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir	35
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bakso Cartel Cabang Jakabaring.....	57
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterosedastisitas (Grafik Plot)	69

ABSTRAK

Gusti Putri Syafrini, “Pengaruh Persepsi Konsumen, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Cartel Cabang Jakabaring di Palembang”. (Dibawah bimbingan Ibu Yunidar Erlina, S.E., M.Si dan Bapak Herman Efrizal, S.E., M.M).

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan secara simultan dan parsial pengaruh persepsi konsumen, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Bakso Cartel cabang Jakabaring di Palembang. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pembelian Bakso Cartel cabang Jakabaring di Palembang. peneliti menggunakan *Accidental Sampling* atau secara acak yang didistribusikan kepada 100 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian adalah kuesioner, sedangkan metode pembahasan ini menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda dengan bantuan SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian yang dimana F hitung 45,632 lebih besar dari F tabel 2,70 dengan signifikan 0,001 lebih kecil dari 0,05 sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial antara persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian dimana t hitung 2,290 lebih besar dari t tabel 1,98498 dengan signifikan 0,001 lebih kecil dari 0,05 sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial antara diskon terhadap keputusan pembelian dimana t hitung 4,604 lebih besar dari t tabel 1,98498 dengan signifikan 0,001 lebih kecil dari 0,05 sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian dimana t hitung 6,454 lebih besar dari t tabel 1,98498 dengan signifikan 0,001 lebih kecil dari 0,05 sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak.

Kata kunci: Persepsi Konsumen, Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Gusti Putri Syafrini, "The Influence of Consumer Perception, Product Quality, and Service Quality on the Purchase Decision of Meatballs Cartel Jakabaring Branch in Palembang". (Under the guidance of Mrs. Yunidar Erlina, S.E., M.Si and Mr. Herman Efrizal, S.E., M.M).

This study was conducted with the aim of knowing, analyzing, and proving simultaneously and partially the influence of consumer perception, product quality, and service quality on the purchase decision of Bakso Cartel Jakabaring branch in Palembang. This type of research is quantity. The population in this study is consumers who buy Meatballs Cartel Jakabaring branch in Palembang. The researcher used Accidental Sampling or randomly distributed to 100 respondents. The data collection technique in the study is a questionnaire, while this discussion method uses Multiple Linear Regression Analysis with the help of SPSS.

The results of this study show that consumer perception, product quality, and service quality have a simultaneous effect on purchasing decisions where F calculated 45.632 is greater than F table 2.70 with a significant 0.001 less than 0.05 so that Ha accepted and Ho are rejected. Based on the results of the partial test between consumer perception of purchase decisions where t calculated 2.290 is greater than t table 1.98498 with a significant 0.001 is smaller than 0.05 so that Ha accepted and Ho are rejected. Based on the results of the partial test between the discount and the purchase decision where t calculated 4.604 is greater than t table 1.98498 with a significant 0.001 less than 0.05 so that Ha accepted and Ho are rejected. Based on the results of partial testing between product quality and purchase decision, where t calculated 6.454 is greater than t table 1.98498 with a significant 0.001 less than 0.05 so that Ha accepted and Ho are rejected.

Keywords: Consumer Perception, Product Quality, Service Quality and Purchase Decision

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Gusti Putri Syafrini, dilahirkan di Palembang pada tanggal 12 Agustus 2002. Dari Ayah M. Syafei dan Ibu Marini, anak ke 1 dari 3 bersaudara.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2014 di MI Qur'aniah 1 Palembang, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2017 di SMP Negeri 6 Palembang dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Atas pada tahun 2020 di SMA BINA WARGA 1 Palembang. Pada tahun 2020 mulai memasuki Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti.

Palembang, Januari 2025

Penulis

Gusti Putri Syafrini

BAB I PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Seiring dengan semakin berkembangnya zaman, berbagai jenis atau bidang usaha semakin berkembang, termasuk juga usaha di bidang kuliner. Penikmat kuliner saat ini menjadikan kebiasaan menyantap jenis makanan apa yang mereka makan menjadi sebuah life style. Adanya persaingan ini, setiap pelaku usaha berlomba-lomba untuk menciptakan inovasi yang dapat memilah kebutuhan, keinginan, dan kepuasan pelanggan. Berbagai jenis bidang usaha kuliner menjamur di masyarakat kita saat ini, Pada masa kini kebutuhan akan makanan dan minuman tidak lagi sebagai kebutuhan dasar semata yang harus dipenuhi melainkan sudah menjadi tren di kalangan masyarakat.

Banyak yang beranggapan bahwa bisnis yang menjanjikan saat ini adalah bisnis usaha kuliner. Maka tidak heran jika pertumbuhan industri kuliner di Indonesia semakin meningkat dan ini tentunya menjadi peluang menarik bagi para pengusaha bisnis kuliner. Banyak sekali persaingan dalam dunia perdagangan saat ini dalam penjualan produknya, dengan strategi pemasaran memegang peranan penting pada dunia usahanya, mengingat fokusnya pada masyarakat (konsumen).

Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting dalam mempertahankan pelanggan. Keputusan pembelian merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Terciptanya keputusan pembelian dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antar perusahaan dengan pelanggan

menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. dan memberikan rekomendasi yang baik dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan. Keputusan pembelian merupakan tiket menuju sebuah bisnis, pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang puas. dalam penelitian terdahulu menunjukkan bahwa ada faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ratnaningrum,2017), pengaruh distribusi produk, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen dalam penelitian bahan bakar minyak jenis pertalite dikota yogyakarta, menunjukkan hasil bahwa distribusi produk, harga, dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk pertalite.

Dalam pemasaran dikenal bahwa sebelum konsumen melakukan pembelian ada tahap dimana konsumen memiliki minat membeli suatu produk atau jasa, kemudian konsumen melakukan keputusan pembelian, selanjutnya ada proses yang dinamakan tingkah laku pasca pembelian yang didasarkan pada rasa puas dan tidak puas.

Keputusan pembelian juga dapat diartikan sebagai pemikiran dimana individu mengevaluasi diantara banyak pilihan dari suatu produk atau jasa yang ada dan memutuskan pilihan mana yang sesuai dengan kebutuhan atau keinginan mereka. Adanya pengambilan keputusan oleh konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa tentu saja sudah melalui banyak pertimbangan secara sadar dan konsumen juga menyadari bahwa akan ada konsekuensi atas apa yang telah dibelinya.

Table 1.1
Jumlah Keputusan Pembelian Bakso Cartel
Periode Januari - Oktober 2024

Bulan	Pembeli/Responden
Januari	1245
Febuari	1330
Maret	1640
April	1550
Mei	1366
Juni	1195
Juli	1243
Agustus	1535
September	1358
Oktober	1350
total	13812

(Sumber : Bakso Cartel cabang Jakabaring Januari-Oktober 2024)

Menurut Yona Amalia, 2018:01, Persepsi konsumen akan sangat berpengaruh terhadap kelangsungan bisnis atau usaha dan sangat sulit diukur nya, oleh sebab itu sangat perlu buat seorang pelaku usaha atau pengusaha untuk bisa memahami bagaimana membaca target market secara detail dan berkualitas agar bisa meningkatkan volume penjualan. Persepsi sangat berguna dalam meningkatkan volume penjualan, apalagi ditambah adanya testimoni testimoni dari pembeli sebelumnya.

Menurut Razak (2016:78) persepsi merupakan sebuah proses yang dilakukan untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan stimuli ke dalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia.

Persepsi tidak saja penting dalam tahapan pemrosesan informasi namun juga berperan pada pasca konsumsi produk yaitu ketika konsumen melakukan evaluasi atas keputusan pembeliannya. Apakah konsumen merasa puas atau sebaliknya, penilaian inipun tidak lepas dari persepsi mereka. (Oktavianus,

Rotinsulu, dan Rudy, 2015:313). Persepsi konsumen atas produk tergantung faktor, terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki konsumen dengan sebuah produk.

Dalam bidang penjualan makanan ada beberapa yang mempengaruhi keputusan pembelian salah satunya adalah kualitas produk. Menurut (Kotler, 2016), kualitas produk merupakan keseluruhan ciri sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas yang ditampilkan baik ciri-ciri luar produk maupun inti dari produk itu sendiri.

Menurut Philip Kloter dan Neil Alden Armstrong (2018:224) mendefinisikan kualitas produk bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil.

Disamping kualitas produk, peran kualitas pelayanan juga tidak kalah penting, dikarenakan pelayanan yang baik akan menambah kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian begitu pun sebaliknya, jika pelayanan yang diberikan kurang baik maka konsumen akan malas datang kembali untuk melakukan pembelian selanjutnya.

Kualitas pelayanan adalah salah satu bentuk penilaian konsumen pada tingkat layanan yang telah diterima oleh konsumen, pelayanan yang baik tentu diharapkan konsumen agar memberikan rasa puas.”Menurut Mahmoedin dalam Desikasari (2018), kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas yang bersifat tidak

kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan, atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan dalam memberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen. Bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak perusahaan, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan (Suwarsito, 2020).

Kualitas pelayanan yang tinggi menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi pula. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan, maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas dan memuaskan. Namun apabila pelanggan mendapati bahwa pelayanan yang diterima ini tidak sesuai atau berada dibawah harapan pelanggan, maka pelayanan dapat dianggap tidak berkualitas dan mengecewakan. Kualitas pelayanan perusahaan-perusahaan itu dimaksudkan sebagai usaha untuk memenuhi harapan konsumen, sedangkan harapan konsumen tidak selamanya sama.

Seiring dengan berkembangnya bisnis kuliner di Indonesia, berbagai faktor memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain persepsi konsumen, kualitas produk, dan kualitas pelayanan, faktor lokasi juga menjadi salah satu penentu penting dalam menarik pelanggan. Lokasi yang strategis memberikan kemudahan akses dan kenyamanan bagi konsumen, sehingga dapat memengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, Word of Mouth (WOM), baik melalui rekomendasi langsung maupun ulasan di media sosial, memainkan peran signifikan dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap suatu produk atau layanan. Konsumen cenderung mempertimbangkan pengalaman orang lain sebelum membuat keputusan pembelian, terutama dalam industri kuliner.

Menurut Kotler dan Keller (2016), lokasi yang strategis dalam bauran pemasaran (place) memberikan nilai tambah bagi konsumen karena mempermudah aksesibilitas. Sementara itu, Word of Mouth (WOM) menurut Buttle (1998) adalah komunikasi interpersonal yang memberikan informasi kepada konsumen tentang suatu produk atau layanan, yang sering kali lebih dipercaya daripada iklan.

Namun, penelitian ini berfokus pada tiga variabel utama: Persepsi Konsumen, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan, dengan asumsi bahwa faktor-faktor lain berada dalam kondisi yang stabil.

Sekarang ini konsumen tambah pintar dan sangat krisis, maka para pelaku bisnis mau tidak mau harus mampu menyajikan inovasi dalam kualitas dan kuantitas pelayanan yang terbaik untuk kepuasan konsumen. Ketika pelayanan tidak selaras dengan yang dikehendaki, maka konsumen akan menilai jelek. Perusahaan penting untuk mengelolah kualitas pelayanan dengan baik dalam membuat tindakan/keputusan pembelian Bakso Cartel

Daerah Sumatera Selatan ini menjadi salah satu yang berkembang pesat dalam bidang kuliner terutama di kota Palembang, banyak warung / restoran makanan yang tersebar di daerah kota hingga daerah perbatasan, terutama dalam bidang bakso yang menawarkan inovasi-inovasi baru seperti bakso iga dan bakso beranak, namun dengan berjalanya waktu akan berganti dengan inovasi-inovasi lain yang dikeluarkan oleh pedagang bakso, maka dari itu sebagai pedagang bakso perlu mempunyai ciri khas dalam produk baksonya agar tidak tenggelam dalam pasar dan dilupakan oleh konsumen.

Bakso Cartel adalah salah satu perusahaan yang bersifat bisnis kuliner,

pendiri Bakso Cartel adalah Anugrah grub berdiri sejak tahun 2019. Bakso Cartel mempunyai tiga cabang yang dimana Bakso Cartel membuka usaha pertamanya di bangau yang beralamat Jl.Bangau No.171, 9 Ilir, Kec. Ilir Tim. II, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30114, penjualan Bakso Cartel semakin meningkat dan banyak di minati oleh konsumen, kemudian Bakso Cartel membuka cabang keduanya di sumpah pemudah yang beralamat Jl. Sumpah Pemuda No.27, Lorok Pakjo, Kec. Ilir Bar. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30137, kemudian Bakso Cartel membuka cabang yang ke tiga yang beralamat Jl. Gub H Bastari, 7 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu I, Kota Palembang, Sumatera Selatan.

Bakso Cartel cabang jakabaring berdiri tahun 2023 di Palembang, merupakan wujud perkembangan zaman yang memodifikasi tempat makan bakso dengan dibuat nyaman. Bakso Cartel memiliki konsep cafe yang punya fasilitas indoor full ac dan outdoor, parkir yang luas dan free wifi.

Bakso Cartel ini buka setiap hari dari pukul 07.00 sampai 23.00. Bakso Cartel ini menyediakan banyak variasi bakso dengan harga yang terjangkau. Bisa makan di tempat yang super nyaman indoor maupun outdoor ataupun bawa pulang. Beragam pilihan menu bakso ini tersedia beberapa pilihan dan lengkap. Disini juga tidak hanya menyediakan varian bakso, tapi beragam menu lainnya seperti pilihan ayam, pilihan pindang, berbagai mie ayam, nasi goreng, iga bakar, fish and chips. Tak hanya makanan, pilihan minuman pun ada banyak sekali seperti pilihan berbagai juice, coffee. teh, esnaco, es kacang, cincau dan es teller dan berbagai dessert ice cream lengkap.

Dari survey yang sudah diteliti persepsi konsumen, kualitas produk dan

pelayanan terhadap keputusan pembelian Bakso Cartel cabang jakabaring di Palembang. Konsumen takut berdatangan kerana mengira produk yang dijual mahal, kualitas produk tidak sesuai, dan berpikir apa karyawan akan membeda beda kan pelayanan yang dilakuan oleh karyawan Bakso Cartel kepada konsumen yang berdatangan, sehingga mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan fenomena diatas, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***“Pengaruh Persepsi Konsumen, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Cartel Cabang jakabaring Di Palembang”***.

1.2. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis dapat mengidentifikasi rumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Apakah Persepsi Konsumen, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian Bakso Cartel Cabang Jakabaring di Palembang?
2. Apakah Persepsi Konsumen berpengaruh secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian Bakso Cartel Cabang Jakabaring di Palembang?
3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian Bakso Cartel Cabang Jakabaring di Palembang?
4. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Bakso Cartel Cabang Jakabaring di Palembang.

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui sebagai berikut :

1. Pengaruh Persepsi Konsumen , Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Bakso Cartel Cabang Jakabaring di Palembang.
2. Pengaruh Persepsi Konsumen secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Bakso Cartel Cabang Jakabaring di Palembang.
3. Pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Bakso Cartel Cabang Jakabaring di Palembang.
4. Pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Bakso Cartel Cabang Jakabaring di Palembang.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

Penulis mengharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat. Adapun manfaat dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ilmu manajemen pemasaran, hal ini juga sangat bermanfaat bagi penulis ketika memasuki dunia usaha, karena dalam menjalani sebuah usaha harus mampu menghadapi sebuah persaingan. Karena perkembangan ekonomi global semakin berkembang sehingga pengusaha harus lebih kreatif dalam memasarkan produk baik dari segi harga, kualitas produk, lokasi dan pelayanan.

2. Bagi lembaga Pendidikan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi refensi untuk penelitian serupa di masa yang akan datang dan diharapkan dapat dipakai sebagai

informasi yang berguna bagi penelitian- penelitian selanjutnya.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan untuk perusahaan dan informasi bagi perusahaan khususnya tentang Pengaruh Persepsi konsumen, Kualitas Produk, dan Pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Bakso Cartel Cabang Jakabaring di Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Rizki (2018) Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Niki Mart Glagah Perspektif Ekonomi Islam. Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Amsrong, Gerry and Philip Kloter, 2011. **10th**Edition. Maketing : An Introduction. New Jersey : Pearson Education, Inc.
- Assauri, S. (2018). Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi). Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bahri, S. (2018). Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS. Yogyakarta: ANDI
- Desikasari. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makyung Martabak & Cafe Medan. Skripsi Publikasi, 56.
- Erni, dan Kurniawan. 2017. Pengantar manajemen, edisi 1, Kencana-Jakarta.
- Fandy Tjiptono. 2004. Strategi Pemasaran.Edisi.Kedua.Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler Philip dan Gerry Armstrong. 2014. Principle Of Marketing, 15th edition, Pearson Pretice Hall, New Jersey.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2017). Manajemen Pemasaran. Edisi 1.Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta: Erlangga
- Kurniawan dan Erni. 2017. Pengantar manajemen, edisi 1. Jakarta : Kencana.
- Laksana, M. F. (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Sukabumi: CV. Al Fath Zumar.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi Ke-3). Salemba Empat. Jakarta.
- Neil alden amstrong , 2018, pemasaran jasa, bayumedia, malang
- Pratama, Y., Fachrurazi, Sani, I., Al Faruq, M., Noviany, H., Narulita, S., Hapsara, O., Zulkarnain, I., Fermayani, R., Suzan, R., Abdurohim, & Islam, D. (2023). Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran (Analisis dan Strategi di Era Digital) (M. Silalahi, Ed.; Cetakan Pertama). Eureka Media Aksara.
- Rahmawati, Dwi, Esti. (2023). Manajemen Pemasaran, Pustaka Baru Press : Yogyakarta.

- Ratnaningrum, hesti. 2017. Pengaruh pengaruh, harga , dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen dalam pembelian bahan bakar minyak jenis pertalite di kota yogyakarta. Yogyakarta
- Schiffman, L.G dan L.L Kanuk . 2007. **9th** Edition. Consumer Behavior. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Sugiono, 2013 Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung:Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. (2020). Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi. Yogyakarta
- Sumarwan, Ujang. 2002. Perilaku Konsumen. Bogor : Ghalia Indonesia
- Suryani. 2013. Perilaku Konsumen Di Era Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Suwarsito, S., & Aliya, S. (2020). Kualitas Layanan dan Kepuasan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. Jurnal Ilmiah Bina Manajemen, 3(1), 27-35.
- Terry, George R. Dalam Badrudin, 2014. Dasar- dasar manajemen, (Terje:G.Aticoalu), Cv. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran.Edisi 3. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra. 2011. Service, Quality, & Satisfaction, Edisi 3 Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy, & Gregorius Chandra (2017). Pemasaran Strategik Edisii 3 Yogyakarta : Andi offset.
- Universitas Tridinanti Palembang, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Pedoman Penulisan Skripsi Dan Laporan Akhir.
- Zeithmal dan Bitner. 2003. Service Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm. 3rd edition. New Delhi: McGraw Hills

