

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PERSEPSI
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
WAROENG SPESIAL SAMBAL “SS” SURABAYA
(Studi Kasus Cabang Rungkut Madya Surabaya)**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

MUHAMMAD FAHRUDIN SYAH
NPM: 1542010043

**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2019

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PERSEPSI
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
WAROENG SPESIAL SAMBAL “SS” SURABAYA
(Studi Kasus Cabang Rungkut Madya Surabaya)**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

MUHAMMAD FAHRUDIN SYAH
NPM : 1542010043

**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2019

LEMBAR PERSETUJUAN

**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan
Pembelian pada Waroeng Spesial Sambal “SS” Surabaya
(Studi Kasus Cabang Rungkut Madya Surabaya)**

Disusun oleh:

Muhammad Fahrudin Syah
NPM:1542010043

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

Mengetahui,
**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL
DAN ILMU POLITIK**



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001

LEMBAR PENGESAHAN

**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Persepsi Konsumen Terhadap
Keputusan Pembelian pada Waroeng Spesial Sambal "SS" Surabaya
(Studi Kasus Cabang Rungkut Madya Surabaya)**


Disusun oleh:

Muhammad Fahrudin Syah
NPM:1542010043

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Pada tanggal 12 April 2019

PEMBIMBING

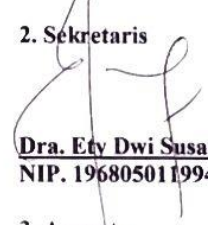

Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

TIM PENGUJI :

1. Ketua


Dr. Joko D S.Sos, M.Si
NPT. 3709570000421

2. Sekretaris



Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

3. Anggota


Susi Hariyawati, S.Sos, MSi
NIP.196402151991032001

Mengetahui,

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN
ILMU POLITIK**


Dr. Drs. Ee Gendut Sukarno, MS.,CHRA
NIP. 195907011987031001

ABSTRAKSI

Muhammad Fahrudin Syah, 1542010043, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waroeng Spesial Sambal “SS” (Studi Kasus Cabang Rungkut Surabaya).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh kualitas produk, harga, dan persepsi konsumen secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada waroeng spesial sambal “SS” (Studi kasus Cabang Rungkut Surabaya) ; (2) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada waroeng spesial sambal “SS” (Studi kasus Cabang Rungkut Surabaya). (3) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada waroeng spesial sambal “SS” (Studi kasus Cabang Rungkut Surabaya). (4) pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada waroeng spesial sambal “SS” (Studi kasus Cabang Rungkut Surabaya)

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sampling *insidental* jumlah 100 responden yang telah membeli produk Waroeng Spesial Sambal “SS”. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama serta mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu.

Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan persepsi konsumen (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y). kualitas produk (X_1) mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Harga (X_2) tidak mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Persepsi konsumen (X_3) mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

Kata Kunci : Kualitas produk, Harga, Persepsi Konsumen dan Keputusan Pembelian

ABSTRACTION

Muhammad Fahrudin Syah, 1542010043, Effect of Product Quality, Price, and Consumer Perception of Purchasing Decisions on Special Waroeng Sambal "SS" (Case Study of Rungkut Surabaya Branch).

This study aims to determine: (1) the influence of product quality, price, and consumer perceptions together on purchasing decisions on special sambal "SS" waro (Case Study of Rungkut Surabaya Branch); (2) the effect of product quality on purchasing decisions on special sambal "SS" (Case Study of Rungkut Surabaya Branch). (3) the effect of prices on purchasing decisions on special sambal "SS" waro (case study of Surabaya Rungkut Branch). (4) the effect of consumer perceptions of purchasing decisions on special sambal "SS" (Case Study of Rungkut Surabaya Branch)

This research method uses quantitative methods. The sample used in this study was incidental sampling of 100 respondents who had purchased the Waroeng Spesial Sambal "SS" product. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis to find out how much influence the independent variables have on the dependent variables together and find out how much influence the independent variables have on individual dependent variables.

Based on the results of this study, that the variables of product quality (X1), price (X2) and consumer perception (X3) have simultaneous influence on purchasing decisions (Y). The product quality (X1) has a partial influence on the purchasing decision (Y). The price (X2) does not have a significant effect partially on purchasing decisions (Y). Consumer perception (X3) has a partial influence on purchasing decisions (Y).

Keywords: Product Quality, Price, Consumer Perception and Purchasing Decision

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Waroeng Spesial Sambal “SS” Surabaya (Studi Kasus Cabang Rungkut Madya Surabaya)”**

Sekalipun penulis harus mengalami berbagai kesulitan, tetapi syukurlah bahwa laporan ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan laporan ini banyak terdapat kekurangan – kekurangan. Selesaiannya kegiatan hingga penyusunan laporan ini tidak lepas dari Ibu Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan.

Pada kesempatan kali ini penulis juga menyampaikan banyak terimakasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan proposal ini, diantaranya :

1. Bapak Dr. Gendut Sukarno, MS,CHRA. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku koordinator Program Studi

Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional“Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu dosen Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional“Veteran Jawa Timur, yang telah memberikan Ilmu Pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Kedua orang tua yang selalu memberi dukungan moril serta materil kepada penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
5. Kepada Managemen Waroeng Spesial Sambal “SS” yang telah membantu dalam perizinan mengambil objek skripsi
6. Teman Teman D’Lamk Generation, Teman Teman University Of Pertu yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
7. Rekan rekan kampus yang terdiri atas Angkatan 2015 serta beberapa kating jurusan Adminisrasi Bisnis dari angkatan 2013-2014, Lab. Inkubator Bisnis, TIMXES yang telah membantu dalam menyelesaikan laporan
8. Kamilah Putri Tandita yang telah membantu dalam memotivasi dan memberikan dukungan kepada penulis

Akhirnya penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan laporan ini.

Surabaya, 12 April 2019

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAKSI	xvii
ABSTRACTION	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Tinjauan Teoritis	13
2.2.1 Pemasaran.....	15
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	15
2.2.1.2 Manajemen Pemasaran	17
2.2.1.3 Konsep Pemasaran.....	19
2.2.1.4 Tujuan Pemasaran.....	20
2.2.2 Kualitas Produk	20
2.2.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	20
2.2.2.2 Dimensi Kualitas Produk.....	21
2.2.3 Harga	23
2.2.3.1 Pengertian Harga	23
2.2.3.2 Tujuan Penetapan Harga	25
2.2.4 Persepsi Konsumen	26
2.2.4.1 Pengertian Persepsi Konsumen	26

2.2.4.2 Faktor Faktor Yang Mempegaruhi Persepsi.....	28
2.2.5 Perilaku Konsumen	29
2.2.5.1 Pengertian Perilaku Konsumen	29
2.2.6 Keputusan Pembelian	29
2.2.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian	29
2.2.6.2 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	30
2.2.7 Restoran.....	33
2.2.7.1 Pegertian Restoran.....	33
2.3 Kerangka berpikir.....	34
2.4 Hipotesis.....	35

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	36
3.2.1 Definisi Operasional.....	36

3.2.2 Pengukuran Variabel	38
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	39
3.3.1 Populasi	39
3.3.2 Sampel.....	40
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.4.1 Jenis Data.....	41
3.4.2 Sumber Data	42
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.5 Teknik Analisis Data.....	42
3.5.1 Teknik Analisis	42
3.5.2 Uji Validitas.....	43
3.5.3 Uji Reliabilitas	44
3.6 Uji Asumsi klasik.....	45
3.6.1 Uji Normalitas.....	45
3.6.2 Uji Multikolonieritas.....	46

3.6.3 Uji Heteroskedastisitas	47
3.6.4 Uji Autokorelasi.....	47
3.7 Analisis Regresi Linier Berganda	48
3.1.1 Uji f.....	49
3.1.2 Uji t.....	50

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil	53
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
4.1.1.1 Sejarah Waroeng Spesial Sambal.....	53
4.1.1.2 Struktur Organisasi.....	54
4.1.1.3 Visi dan Misi Waroeng Spesial Sambal “SS”	56
4.1.2 Penyajian Data	57
4.1.2.1 Karakteristik Responden	57
4.1.2.1.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.1.2.1.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan	

Usia	58
4.1.2.1.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan	
Jenis Pekerjaan.....	59
4.1.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian dan Perhitungan	
Skor Variabel.....	60
4.1.2.2.1 Deskripsi Variabel Kualitas Produk	
60	
4.1.2.2.2 Deskripsi Variabel Harga.....	
62	
4.1.2.2.1 Deskripsi Variabel Persepsi Konsumen...63	
4.1.2.2.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian ...	
.....	65
4.2 Analisis Hasil Penelitian	66
4.2.1 Uji Validitas.....	
66	
4.2.2 Uji Realibilitas	
68	
4.2.3 Pengujian Asumsi Klasik.....	
68	
4.2.3.1 Uji Normalitas	
68	
4.2.3.2 Uji Multikolinearitas	
69	

4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas	70
4.2.3.4 Uji Autokorelasi	71
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda	73
4.2.5 Pengujian Hipotesis	75
4.2.5.1 Uji Simultan (F)	75
4.2.5.2 Uji Parsial (t)	77
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	81
4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Persepsi Konsumen Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waroeng Spesial Sambal “SS”	81
4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waroeng Spesial Sambal “SS”	82
4.3.3 Pengaruh Harga Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waroeng Spesial Sambal “SS”	83

4.3.4 Pengaruh Persepsi Konsumen Secara Parsial Terhadap

Keputusan Pembelian Pada Waroeng Spesial Sambal

“SS”85

4.3.5 Review Penelitian Terdahulu Sebagai Dasar Penelitian86

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 89

5.2 Saran 90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar rumah makan di Jawa Timur	2
Tabel 1.2 Daftar menu Waroeng “SS” cabang Rungkut Madya	8
Tabel 1.3 Daftar Pengunjung Waroeng “SS”	9
Tabel 1.4 Daftar lima teratas sambal yang sering dipesan bulan Januari	9
Tabel 1.5 Daftar lima teratas sambal yang sering dipesan bulan Februari	10
Tabel 1.5 Daftar lima teratas sambal yang sering dipesan bulan Maret	10
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert.....	39
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden.....	60
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden.....	61
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden.....	63
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden.....	65
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 4.11 Hasil Uji Durbin-Watson	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	72
Tabel 4.13 Model <i>Summary</i>	72
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	74
Tabel 4.15 Hasil Uji t.....	77

Tabel 4.16 <i>Review</i> Penelitian terdahulu	86
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian	35
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	50
Gambar 3.2 Kurva Uji t.....	52
Gambar 4.1 Logo Waroeng Spesial Sambal	53
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Waroeng Spesial Sambal	55
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	68
Gambar 4.4 Hasil Heteroskedastisitas.....	70
Gambar 4.5 Kurva Uji F.....	76
Gambar 4.6 Kurva Uji t Daerah Penerimaan dan Penolakan Kualitas Produk	79
Gambar 4.7 Kurva Uji t Daerah Penerimaan dan Penolakan Harga	79
Gambar 4.7 Kurva Uji t Daerah Penerimaan dan Penolakan Persepsi Konsumen.....	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Daftar Pertanyaan Kuesioner

Lampiran 2 Tanggapan Jawaban Responden

Lampiran 3 Hasil Frequency

Lampiran 4 Hasil Validitas

Lampiran 5 Hasil Reliabilitas

Lampiran 6 Hasil Pengujian Asumsi Klasik

Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda