

**Analisis Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan
Pembelian Pada Waroeng *Steak and Shake***

Cabang Jl. Diponegoro

Kota Palembang



Skripsi Oleh:

MUHAMMAD FADHIL

01111401049

MANAJEMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi
KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2018

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**Analisi Pengaruh Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada
Waroeng Steak And Shake Cabang. Jl. Diponegoro Kota Palembang**

Disusun Oleh :

Nama : Muhammad Fadhil

NIM : 01111401049

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian / Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

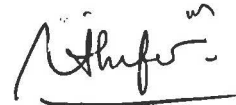
Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal Persetujuan

Tanggal 25-4-2018

Dosen Pembimbing

Ketua



Hj. Nofiawaty, S.E, M.M
NIP: 195210201981032002

Tanggal 24-4-2018 .

Anggota



Welly Nailis, S.E, M.M
NIP: 19740710200801011

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Analisi Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waroeng *Steak and Shake* Cabang Jl. Diponegoro Kota Palembang

Disusun Oleh :

Nama : Muhammad Fadhil

NIM : 01111401049

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian / Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif

Palembang, 21 Mei 2018

Ketua

Anggota

Anggota



HJ. Nofiawaty, S.E., M.M

NIP.196911081994012001



Welly Nailis, S.E., M.M

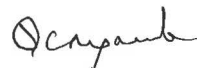
NIP.197407102008011011



Dra. Suhartini Karim, M.M

NIP.195210201981032002

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap rasa syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala limpahan karunia dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul “Analisi Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waroeng *Steak and Shake* Cabang Jl. Diponegoro Kota Palembang”. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan kita sebagai generasi penerusnya hingga akhir zaman. Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya

Dalam penyusunan skripsi ini sendiri penulis menyadari bahwa masih terdapat beberapa kekurangan dalam hal penyusunan. Selama melakukan penulisan skripsi ini penulis banyak diberi motivasi serta dorongan baik secara materi maupun moril. Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Hj Nofiawaty, S.E, M.M dan bapak Welly Nailis, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing utama, yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, M.S.C.E selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
3. Prof. Dr. H. Taufiq Marwa, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Dr. Zakaria Wahab, M.B.A. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, Bapak Welly Nailis, S.E, M.M, selaku sekretaris jurusan, dan Bapak Drs. Yuliansyah M. Diah, M.M. selaku

Pengelola Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
Kampus Palembang.

5. Pembimbing Akademik Saya H. Taufiq, S.E, M.B.A serta seluruh Bapak/Ibu Dosen, staf dan pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
6. Kedua orang tua tercinta dan adik tercinta, Ayahanda Amir Fauzi, Ibunda Novida, adinda Ivan Noor, Nadira, Tia serta teman dekat saya Mutia Rahma Prawidia, S.T. Dan seluruh keluarga yang telah memberikan semangat, dukungan moral dan materil, serta doa yang terus dipanjatkan demi kelancaran perkuliahan.
7. Sahabat-sahabat saya, Puja, Joul Palang EP, Prana, Nopri, Hamzah, Akbar, Farisy serta teman-teman manajemen B 2011, Teman angkatan 2011 Fakultas Ekonomi Unsri Kampus Palembang dan keluarga besar Sopan Santun Racing Team yang bersama-sama melalui pahit dan manisnya masa perkuliahan dan yang selalu memberi semangat. Semoga kita selalu bersama dan sukses kedepannya.
8. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Palembang, 21 mei 2018

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Muhammad Fadhil
NIM : 01111401049
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul:

**Analisis Pengaruh Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian
Pada Waroeng Steak And Shake Cabang Jl. Diponegoro Kota Palembang.**

Pembimbing

Ketua : HJ. Nofiawaty. S.E., M.M

Anggota : Welly Nailis, S.E., M.M

Tanggal Ujian :

Adalah benar hasil karya Saya sendiri. Dalam Skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan Saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dengan seizinkan saya dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Palembang,

Pembuat Pernyataan,



Muhammad Fadhil

NIM. 01111401049

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Uihlubu 'ilma faridhotun 'ala kulli

Muslimin wa muslimat... ..

Menuntut ilmu itu wajib bagi

Laki- laki dan perempuan Islam....

(Hadist Nabi Muhammad SAW)

CU PERSEMBAHKAN UNTUK :

- *Ayahanda dan Ibunda Tercinta*
- *Saudara- saudaraku Tersayang.*
- *Seseorang yang Terkasih.*
- *Almamater*

ABSTRAK

Analisi Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waroeng Steak and Shake Cabang Jl. Diponegoro Kota Palembang

Disusun Oleh:

Muhammad Fadhil

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga (X1) dan variabel Kualitas Pelayanan (X2) terhadap variabel keputusan pembelian pada waroeng steak and shake cabang jl, diponegoro kota Palembang baik secara parsial maupun simultan serta mengetahui variabel yang paling dominan. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah purposive sampling. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 133 responden. Instrumen pengukuran variabel adalah validitas dan reliabilitas sedangkan teknik analisis yang digunakan uji T, uji F dan analisis regresi berganda. Dari hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa penelitian ini berpengaruh positif terhadap variabel harga (X1), kualitas pelayanan (X2) dan keputusan pembelian (Y).

Kata Kunci : Harga dan Kualitas Pembelian

Telah kami setujui untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Ketua



HJ. Nofiawaty, S.E, M.M
NIP. 196911081994012001

Anggota



Welly Nailis, S.E, M.M
NIP: 19740710200801011

Mengetahui
Pengelola Akademik Jurusan Manajemen



Drs. Yuliasyah M. Diah, M.M
NIP. 19560711985031003

ABSTRACT

Price Influence Analysis and Services Against Purchase Decision On Waroeng Steak And Shake Branch Jl. Diponegoro City of Palembang

By:

Muhammad Fadhil

This study aims to determine how much influence Price (X1) and variable Service Quality (X2) to the purchase decision variables on Waroeng Steak and Shake branch at Diponegoro street of Palembang city either partially or simultaneously and know the most dominant variable. The technique used in sampling is purposive sampling. The number of samples used in the study were 133 respondents. Variable measurement instrument is validity and reliability while the analysis technique used T test, F test and multiple regression analysis. From result of multiple regression analysis show that this research have positive effect to price variable (X1), service quality (X2) and purchasing decision (Y).

Keywords : *Price and Quality of service*

We have approved to be place on abstract paper.

Chairman



HJ. Nofiawaty, S.E, M.M
NIP. 196911081994012001

Palembang,

Member



Welly Nailis, S.E, M.M
NIP: 19740710200801011

Ascertain
Academic Administrator of Management Major



Drs. Yuliasyah M. Diah, M.M
NIP. 19560711985031003

SURAT PERNYATAAN

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa Abstrak Skripsi dalam Bahasa Inggris dari mahasiswa:

Nama : Muhammad Fadhil

NIM : 01111401049

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waroeng Steak And Shake Cabang Jl. Diponegoro Kota Palembang.**

Telah kami periksa penulisan, *grammar*, maupun susunan *tenses* nya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Pembimbing Skripsi

Ketua,



HJ. Nofiawaty, S.E, M.M
NIP. 196911081994012001

Anggota,



Welly Nailis, S.E, M.M
NIP: 19740710200801011

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

	Nama : Muhammad Fadhil
	NIM : 01111401049
	Tempat/Tanggal Lahir : Palembang, 11 Juni 1993
	Jl.Seruni Komp. Bank Sumsel No.A21 Bukit Lama Palembang
Agama	
	Islam
Jenis Kelamin	
	Laki-laki
Status	
	Belum Menikah
Kewarganegaraan	
	Indonesia
E-mail	
	Fadelsastro3@gmail.com
PENDIDIKAN FORMAL	
1999-2005	SD Negeri 8 Palembang
2005-2008	SMP Negeri 17 Palembang
2008-2011	SMA Negeri 10 Palembang
2011-2018	Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPERHENSIF	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH	v
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
SURAT PERNYATAAN.....	ix
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang.....	1
I.2. Rumusan Masalah.....	10
I.3. Tujuan Penelitian	10
I.4. Manfaat Penelitian	11
BAB II STUDI PUSTAKA.....	12
II.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Harga	12
2.1.2 Kualitas Pelayanan	14
2.1.3 Keputusan Pembelian	17

2.1.4	Proses Keputusan Pembelian.....	18
II.2	Penelitian Terdahulu	19
II.3	Kerangka Pemikiran	21
BAB III METODE PENELITIAN.....		23
III.1	Ruang Lingkup Penelitian	23
III.2	Rancangan Penelitian	23
III.3	Jenis dan Sumber Data	24
3.3.1	Data Primer	24
3.3.2	Data Sekunder	24
III.4	Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.4.1	Teknik Wawancara.....	24
3.4.2	Teknik Penyebaran Kuesioner.....	24
III.5	Populasi dan Sampel.....	25
3.5.1	Populasi.....	25
3.5.2	Sampel.....	25
III.6	Uji Instrumen Penelitian.....	26
3.6.1	Uji Validitas.....	26
3.6.2	Uji Reabilitas.....	27
III.7	Teknik Analisis Data	27
3.7.1	Uji t (Parsial)	27
3.7.2	Uji f (Simultan).....	28
3.7.3	Analisis Regresi Berganda.....	28
3.7.4	Pengukuran Variabel Penelitian.....	30

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
IV.1 Uji Instrumen Penelitian.....	31
4.1.1 Uji Validitas dan Reabilitas	31
IV.2 Deskriptif Umum	35
4.2.1 Profil Pelanggan	35
4.2.2 Perilaku Responden	39
4.2.3 Variabel Penelitian	42
IV.3 Teknik Analisis Data	48
4.3.1 Uji Parsial (Uji t)	48
4.3.2 Uji Simultan (Uji f).....	50
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	51
IV.4 Pembahasan.....	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	54
V.1 Kesimpulan.....	54
V.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	xvi

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	22
---	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Restoran <i>steak</i> dikota Palembang.....	6
Tabel 1.2	Hasil Wawancara Terhadap Kualitas Pelayanan	7
Tabel 1.3	Jumlah Konsumen Waroeng Steak and Shake Jl. Diponegoro Kota Palembang Bulan Maret 2016- Maret 2017.....	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	20
Table 3.1	Definisi Operasional Variabel	29
Tabel 3.2	Skor Pendapat Responden	30
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Butir Instrumen Variabel Penelitian	33
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Penelitian.....	35
Tabel 4.3	Jenis Kelamin Responden.....	36
Tabel 4.4	Usia Responden.....	36
Tabel 4.5	Profil Responden	37
Tabel 4.6	Pendidikan Responden	38
Tabel 4.7	Pengeluaran Responden.....	39
Tabel 4.8	Seberapa Sering Anda Mengonsumsi <i>Steak</i> di Waroeng <i>Steak</i>	40
Tabel 4.9	Dengan Siapa Anda Biasa Pergi ke Waroeng <i>Steak</i>	41
Tabel 4.10	Memilih Makan di Waroeng <i>Steak and Shake</i>	42
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Tentang Variabel Harga Waroeng <i>Steak</i> (X1)..	42
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan (X2)	44
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Pembeelian.....	46
Tabel 4.14	Koefisien Regresi	49
Tabel 4.15	ANOVA: Variabel Independen (X) Secara Bersama- Sama	50

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan kuliner pada zaman sekarang ini telah mengalami peningkatan yang pesat di berbagai sisi kehidupan manusia, berbagai Negara- negara maju telah mengembangkan kuliner yang mendorong manusia untuk banyak mengembangkan cita rasa makanan. Mulai dari kuliner dengan makanan ringan hingga makanan yang berat. Dengan banyaknya pilihan kuliner yang ada, masyarakat dapat memilih makanan yang baik dikonsumsi atau tidak. Salah satu kuliner yang sering dikonsumsi masyarakat adalah *steak*. Awal mula waroeng *steak & shake* ini dibuka di Jl. Cendrawasih No. 30 Yogyakarta yang juga kota mahasiswa.

Saat ini Waroeng *Steak & Shake* sudah memiliki banyak gerai, khususnya Kota Palembang. Pada umumnya gerai waroeng *Steak & Shake* berada di sekitar lokasi perkumpulan anak muda di Kota Palembang. Waroeng yang sering ditongkrongi oleh Anak-anak muda ini, dibagian depan warung tersebut adartertulis “Waroeng *Steak & Shake*“denganpaduan warna kuning dan hitam, yang menjadi ciri dari *brands* tersebut. Di Kota Palembang sudah sangat banyak rumah makan yang menjual *steak*, salah satunya adalah *Waroeng Steak & Shake*. Tidak hanya menjual makanan untuk bisnis kuliner, namun harga dan pelayanan yang baik juga adalah salah satu bentuk kenyamanan.

Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Kotler, 2005). Tidak terkecuali usaha dalam penyajian makanan dan minuman (*food service*) yang dimulai dari skala kecil seperti Warung-warung dan *cafe* tenda, bisnis makanan berskala menengah seperti depot, rumah makan dan *cafe*, sampai dengan bisnis makanan yang berskala besar seperti Restoran-restoran di hotel berbintang.

Restoran dan tempat makan di Kota Palembang telah berkembang pesat salah satunya adalah Waroeng *Steak & Shake* yang telah menjadi tujuan kuliner warga Palembang. Berbagai jenis makanan dan minuman dijual dengan harga yang juga bervariasi. Tempat yang nyaman serta rasa makanan dan minuman yang enak merupakan salah satu tujuan pembeli. Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam Usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing (Kotler & Keller, 2009). Pengambilan keputusan pembeli dipengaruhi kemampuan perusahaan menarik pembeli, dan selain itu juga dipengaruhi Faktor-faktor diluar perusahaan.

Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya. Menurut Schiffman dan Kanuk (2009) secara umum keputusan pembelian adalah seleksi dari dua atau lebih pilihan alternatif. Tindakan memilih tersebut diperjelas lagi oleh Dharmmesta dan Handoko (2012) sebagai tindakan pengambilan keputusan yang meliputi keputusan tentang jenis dan manfaat produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang penjualnya dan keputusan tentang waktu pembelian serta cara pembayarannya.

Berdasarkan Pendapat-pendapat tersebut istilah keputusan pembelian dapat diartikan sebagai bagian dari perilaku konsumen yang bertujuan untuk menentukan proses pengembangan keputusan dalam membeli suatu barang atau jasa dimana individu terlibat secara langsung dalam mendapatkan danmempergunakan produk yang ditawarkan tersebut. Oleh karena itu kesimpulan terbaik individu untuk melakukan pembelian terbentuk berdasarkan kebutuhan dan keinginannya. (Murdick & Hopwood, 2001). Berbagai jenis bidang usaha kuliner menjamur di masyarakat kita saat ini yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, termasuk juga usaha kuliner yang mengkhususkan produknya pada jenis kuliner yang menyajikan makanan berupa *Steak*. Pengusaha yang berkecimpung di bidang usaha tersebut mencoba mengenalkan jenis masakan steak tersebut pada masyarakat.. Salah satu ransangan konsumen untuk mencoba atau mengenalkan produk dengan cara menawarkan harga yang berbeda.

Harga yang rendah atau harga yang terjangkau memicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Harga juga merupakan variabel penting. Harga yang rendah atau harga yang terjangkau memicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Namun harga juga menjadi indikator kualitas dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula. Harga akan dapat mempengaruhi kesadaran konsumen akan suatu merek produk tertentu. Namun harga juga menjadi indikator kualitas dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula. Harga akan dapat mempengaruhi kesadaran konsumen akan suatu merek produk tertentu.

Harga adalah atribut paling penting yang dievaluasi oleh konsumen sehingga manajer perusahaan perlu benar-benar menyadari peran tersebut dalam menentukan sikap konsumen. Harga sebagai atribut dapat diartikan bahwa harga merupakan konsep keanekaragaman yang memiliki arti berbeda bagi konsumen tergantung karakteristik konsumen, situasi dan produk (Mowen & Minor, 2001) Tetapi, semua itu didasarkan pada kualitas produknya. Biasanya, perusahaan yang menjalankan usaha dibidang manufaktur tidak terlalu menfokuskan diri pada kegiatan-kegiatan yang sering melibatkan orang banyak, antara produsen dan konsumen. Waroeng *Steak & Shake* adalah Brand yang cukup ternama untuk usaha kuliner khususnya pada usaha yang menyajikan makan jenis tersebut. Waroeng *Steak & Shake* tersebut cukup terkenal di masyarakat khususnya dikalangan anak muda.

Waroeng *Steak & Shake* berdiri dan dijadikan peluang usaha yang bagus dikarenakan stigma mahal yang sudah sangat melekat pada masakan eropa contohnya adalah *steak* hanya bisa dinikmati oleh kalangan menengah ke atas, dari sinilah akhirnya timbul gagasan untuk membuat *steak* dengan harga yang terjangkau oleh kantong anak muda. Akhirnya pada tahun 2000 terwujudlah satu outlet di Jl. Cendrawasih demangan Yogyakarta pada pertengahan bulan juni sebagai awal terobosan baru sebuah *steak* yang murah, dengan rasa yang tidak kalah enak dengan *steak* yang dijual mahal. Selain itu kami selalu mengutamakan kesemua Bahan-bahan makanan dan semua jenis minuman, dengan bahan-bahan lokal kita mampu menyajikan cita rasa tinggi khas eropa. Secara keseluruhan, Waroeng *Steak & Shake* memiliki 36 Cabang yang tersebar di Kota-kota besar di Indonesia (Waroeng *Steak & Shake*, 2017). Sedangkan di kota Palembang saat ini terdapat 2 cabang di Kota Palembang.

Waroeng *Steak & Shake* yang menjual berbagai macam jenis *steak*, memiliki berbagai macam variasi harga. Harga dari original *steak* mulai dari Rp 21.000,- sampai Rp 45.000,-. Sedangkan harga *steak* goreng tepung lebih murah, mulai dari Rp 17.000,- sampai Rp 25.500,-. Untuk minuman harganya mulai dari Rp 2.500,- sampai Rp 18.000,-. Menu lainnya yang cukup diminati juga adalah *french fries*, kentang lokal, *spaghetti*, *mushroom*, dan nasi paprika (Waroeng *Steak And Shake*, 2017).

Namun disisi lain, semakin meningkatnya minat masyarakat dengan *steak*, menyebabkan bermunculan restoran-restoran yang menjual *steak* dengan harga dan olahan yang bervariasi. Sehingga timbulah persaingan diantara Restoran-

restoran tersebut. Berikut beberapa restoran *steak* yang ada di Kota Palembang saat ini, dapat dilihat pada tabel 1.1 :

Tabel 1.1 Restoran *Steak* di Kota Palembang

No	Nama Restoran	Alamat	Harga
1.	Waroeng <i>Steak And Shake</i>	Jalan Diponegoro Palembang	Rp. 21.000 – Rp. 45.000
2.	<i>Steak and Pasta</i> 31	Jalan Radial No. 25, Bukit Kecil, Palembang	Rp. 22.500 – Rp. 63.000
3.	Kedai <i>Steak</i> dan Kui Iphoek Thea	Jalan Hang Tuah Nomor 5 Palembang	Rp. 23.000 – Rp. 55.000
4.	Arimaya <i>Steak And Pasta</i>	Jalan Demang Lebar Daun No. 2981, Ilir Barat 1, Palembang	Rp. 25.000 – Rp. 75.000
5.	Dr <i>Steak House</i>	Jalan Kapten Marzuki, Ilir Timur 1, Palembang	Rp. 33.000 – Rp. 97.000

Sumber: Internet (2017)

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa Waroeng *steak and shake* Jl.Diponegoro Kota Palembang memiliki harga yang lebih rendah dibandingkan dengan *café* dan restoran yang menjual *steak* lainnya.

Selain harga terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi minat konsumen (Murdick & Hopwood, 2001) yang bergerak dibidang kuliner, kualitas pelayanan atau *service quality* menjadi suatu hal yang penting. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang kuliner, kualitas pelayanan atau *service quality* menjadi suatu hal yang penting. (Parasuraman, et al, 2006) menyimpulkan bahwa kualitas

pelayanan adalah harapan sebagai keinginan para pelanggan ketimbang layanan yang mungkin diberikan oleh perusahaan. Sedangkan menurut Murdick, et al (2001) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas ekonomi yang memproduksi atau menghasilkan waktu, tempat, bentuk dan kebutuhan atau keperluan psikologis. Dari definisi diatas dapat disimpulkan (Parasuraman, et al., 2006). Bahwa kualitas pelayanan merupakan sebuah tingkatan kemampuan (*ability*) dari perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya.

Pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang tidak tampak dan mudah hilang. Variabel ini sangat penting dalam proses keputusan pembelian karena pelayanan yang memuaskan konsumen akan berdampak pada terjadinya pembelian Berulang-ulang yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan. 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*. Parasuraman, et al (1985) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah harapan sebagai keinginan para pelanggan ketimbang layanan yang mungkin diberikan oleh perusahaan. Sedangkan menurut Murdick, et al (2001) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas ekonomi yang memproduksi atau menghasilkan waktu, tempat, bentuk dan kebutuhan atau keperluan psikologis.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan sebuah tingkatan kemampuan (*ability*) dari perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya.

Dibawah ini terdapat keluhan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan waroeng *steak and shake* kepada konsumen sebagai berikut:

Tabel 1.2
Hasil Wawancara Terhadap Kualitas Pelayanan

No	Keluhan Pelanggan
1.	Pegawai tidak memberikan senyuman ketika membukakan pintu kepada pembeli yang datang maupun kepada pembeli yang telah melakukan pembelian
2.	Pelayanan lama, hampir ½ jam pelanggan harus menunggu padahal ketika itu café tidak ramai pembeli
3.	Masih menggunakan cara lama dalam memesan makanan dan minuman, pelanggan harus mencatat sendiri pesannya.
4.	Saat mencatat makanan yang akan dipesan, pelanggan ditinggal oleh pelayan dan harus memanggil kembali untuk mengkonfirmasi pesanan
5.	Setelah melakukan pembayaran di kasir, pelayan tidak memberikan senyuman dan ucapan terima kasih.

Sumber: Hasil wawancara penulis (2017)

Kondisi yang terjadi di Waroeng *Steak And Shake* Jl. Diponegoro Kota Palembang menyebabkan fluktuasi jumlah konsumen. Maka bisa dilihat dari tabel 1.2 yang menjelaskan fluktuasi jumlah konsumen.

Tabel 1.3
Jumlah Konsumen Waroeng Steak And Shake Jl. Diponegoro Kota
Palembang Bulan Maret 2016 – Maret 2017

No	Bulan	Jumlah konsumen
1	Maret	2688
2	April	2708
3	Mei	2864
4	Juni	2740
5	Juli	1576
6	Agustus	1036
7	September	968
8	Oktober	1556
9	November	972
10	Desember	1412
11	Januari	1504
12	Febuari	880
Total		22232

Sumber: Waroeng *Steak And Shake* Jl. Diponegoro Kota Palembang (2017)

Berdasarkan tabel 1.3 menunjukkan jumlah konsumen Waroeng *Steak And Shake* selama bulan Mei 2016 terjadi kenaikan jumlah konsumen yang cukup drastis yaitu menjadi 2864 konsumen dibandingkan bulan sebelumnya, pada bulan Oktober 2016 terjadi kenaikan jumlah konsumen yang cukup signifikan yaitu sebesar (1556 konsumen). Namun kondisi terburuk terjadi pada bulan Maret 2016 dimana jumlah konsumen menurun dilihat dari jumlah konsumen (880 konsumen) yang datang pada bulan tersebut.

Untuk tetap bertahan, Waroeng *Steak And Shake* Jl. Diponegoro Kota Palembang harus melakukan evaluasi, misalnya dengan cara melakukan evaluasi mengenai harga yang ditawarkan oleh pihaknya apakah telah sesuai dengan pangsa pasar, dan bagaimana kualitas pelayanan para karyawan terhadap konsumen di setiap harinya.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waroeng *Steak and Shake* Cabang Jl. Diponegoro Kota Palembang“**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Seberapa besar pengaruh harga dan pelayanan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian pada Waroeng *Steak And Shake* Cabang Jl. Diponegoro Kota Palembang?
2. Variabel manakah yang dominan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian pada Waroeng *Steak And Shake* Cabang Jl. Diponegoro Kota Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Waroeng *steak and shake* cabang Jl. Diponegoro Kota Palembang.
2. Untuk mengetahui variabel harga dan pelayanan yang berpengaruh paling dominan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian pada Waroeng *steak and shake* cabang Jl. Diponegoro Kota Palembang.

I.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Waroeng *Steak And Shake* cabang Jl. Diponegoro Kota Palembang dapat merancang harga dan kualitas pelayanan yang tepat untuk mempengaruhi perilaku keputusan pembelian orang yang datang

2. Manfaat Teoritis

Secara teoritis kita dapat membuktikan; apakah harga dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi perilaku seseorang terhadap keputusan pembelian di Waroeng *Steak And Shake* cabang Jl, Diponegoro Kota Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R., 2015. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen (Pada Jamu di Banda aceh).
- Antyadika, B., 2012. Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian,(Studi pada Wong Art Bakery&Cafe Semarang).
- Cooper, D. R., 1996. *Metodologi Penelitian Biisnis*. 1 ed. Jakarta: Erlangga.
- Damayanti & Putri, I., 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas layanan, Harga, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian. (Studi Kasus pada rumah makan “Soto Angkring Mas Boed” di Semarang)*. Jurnal Pemasaran.
- Dharmmeesta, Basu, S. & Handoko, T., 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama ed. Yogyakarta: BPFPE.
- Engel, L. J., 1998. *The Influence of soul Alinsky on the Campaign for human development*. Theological Studies , Volume 59.
- Ghazali, I., 2012. *Aplikasi Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghazali, M., 2010. *Analisis Pengaruh Lokasi, Promosi, Kualitas Layanann Terhadap Keputusan Pembelian, (Studi Kasus pada Warnet XYZ Semarang)*. Jurnal Manajemen Pemasaran.

- Juni & Rahadian, D., 2012. *Pengaruh kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe & Resto Kampoeng Kita*.
- Kotler, P., 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. & Armstrong, G., 2008. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L., 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. & Keller, K. L., 2009. *Manajemen Pemasaran*. 13 ed. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, C., 2014. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Pada Resto & Cafe Dream Car*.
- Kusumah, R. Z., 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Waroeng Taman Singosari Di Semarang)*. Jurnal Pemasaran, Volume 1, pp. 217-230.
- Larosa, S. R., 2011. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian, (Studi Kasus pada Warung Warung 31 makan di Sekitar Simpang Lima Semarang)*.
- Mowen, J. C. & Minor, M., 2001. *Perilaku Konsumen*. 2 ed. Jakarta : Erlangga.
- Murdick, R. G. & Hopwood, W. S., 2001. *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta : Salemba empat.

- Parasuraman, A., Grewal, D. & Krishnan, R., 2006. *Marketing Research*. Edisi Kedua ed. New York: Houghton Mifflin Company.
- Shake, W. S. a., 2017. *Menu Mankanan*, Palembang: s.n.
- Shiffman & Kanuk, 2009. *Consumer Behaviour*. 10 ed. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Stanton, W. J., 2004. *Managemen Pemasaran Modern*. Jakarta : PT. Grasindo Persada.
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kantatif, Kalitatif Dan R&D*. Edisi ke 8 ed. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., 2001. *Strategi Pemasaran*. Yoyakarta: Andi Ofset.
- Zeithaml, A., Parasuraman, V., A & L, L. B., 1985. *Problems and Strategies*. *Jurnal Of Marketing*, Volume 49.