

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ULANG PADA RUMAH MAKAN PAGI SORE
DI KOTA PALEMBANG**



OLEH:

SATRIA NUGRAHA

01101401130

MANAJEMEN PEMASARAN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih

Gelar Sarjana Ekonomi

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI**

2014

S
658.401307

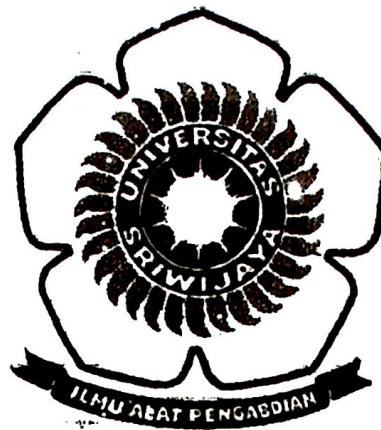
R. 5533/5570

Sat

a

2014

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ULANG PADA RUMAH MAKAN PAGI SORE
DI KOTA PALEMBANG**



OLEH:

SATRIA NUGRAHA

01101401130

MANAJEMEN PEMASARAN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih

Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI

2014

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA RUMAH MAKAN PAGI SORE DI KOTA PALEMBANG

Disusun Oleh :

Nama : Satria Nugraha

NIM : 01101401130

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Diajukan untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Ketua

Tanggal: 25 Juni 2014

Drs. H. Islahuddin Daud, MM
NIP. 195306241984031001

Anggota

Tanggal: 26 Juni 2014

Aslamia Rosa, SE, M.Si
NIP. 197205292006042001

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

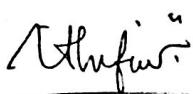
ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA RUMAH MAKAN PAGI SORE DIKOTA PALEMBANG

Disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Satria Nugraha
NIM : 01101401130
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 25 Agustus 2014 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Palembang, 1 September 2014

No	Nama	Tanda Tangan
1	Ketua : Drs. H. Islahuddin Daud, M.M NIP. 195306241984031001	
2	Anggota : Aslamia Rosa, S.E., M.Si. NIP. 197205292006042001	
3	Anggota : Hj. Nofiaty, S.E., M.M. NIP. 196911081994012001	

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Satria Nugraha
NIM : 01101401130
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul:

Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Rumah Makan Pagi Sore Dikota Palembang.

Pembimbing:

Ketua : Drs. Islahuddin Daud, M.M
Anggota : Aslamia Rosa, SE, M.Si
Tanggal Ujian : 25 Agustus 2014

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 dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Palembang, 1 September 2014



Satria Nugraha
NIM. 01101401130

SURAT PERNYATAAN

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

Nama Mahasiswa : Satria Nugraha
NIM : 01101401130
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi; Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Rumah Makan Pagi Sore Dikota Palembang.

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

Pembimbing Skripsi,

Ketua



Drs. H. Islahuddin Daud, M.M
NIP. 195306241984031001

Anggota



Aslamia Rosa, S.E., M.Si.
NIP. 197205292006042001

RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : Satria Nugraha
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang/12 Januari 1993
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah (Orangtua) : Jl. Mayor Zen, Komplek PT. PUSRI (jl. Ekor
kuning No. 3), Palembang
Alamat Email : satran77@yahoo.co.id

Pendidikan Formal:

Sekolah Dasar : SDN 87 Palembang
SLTP : SMPN 4 Palembang
SMU : SMUN 18 Palembang

Pendidikan Non Formal : -
Pengalaman Organisasi : -
Penghargaan Prestasi : -

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi saya yang berjudul "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Rumah Makan Pagi Sore Di Kota Palembang". Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas mengenai besarnya pengaruh kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian ulang pada Rumah Makan Pagi Sore di kota Palembang. Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Dosen pembimbing yaitu Bapak Drs. H. Islahuddin Daud, M.M dan Ibu Aslamia Rosa, S.E, M.Si yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ketua Jurusan yaitu Bapak Dr. Zakaria Wahab, S.E., M.B.A
3. Sekertaris Jurusan yaitu Bapak Welly Nailis, S.E, M.M
4. Para dosen penguji yang telah membantu memberikan kritik dan saran.
5. Orang tua yang telah memberi motivasi, semangat dan dukungan.
6. Geng Rabu (Lidya Agustina S.E., Mia Dwi S. S.E., Ramadhan Angga P. S.E.),
7. Teman-teman dan seluruh staf maupun karyawan di Fakultas Ekonomi.

Palembang, 1 September 2014



Satria Nugraha

ABSTRAKSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA RUMAH MAKAN PAGI SORE DIKOTA PALEMBANG

Oleh:
Satria Nugraha

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas layanan dan lokasi (X) terhadap keputusan pembelian ulang (Y). Kualitas layanan meliputi berwujud (X1), keandalan (X2), ketanggapan (X3), jaminan (X4) dan empati (X5). Variabel lain yaitu lokasi (X6). Penelitian bersifat kausalitas. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder dengan skala pengukuran ordinal. Instrument utama yang digunakan yaitu questionnaire. Sampel diambil dengan teknik Judgmental Sampling. berdasarkan hasil analisis data, nilai R square sebesar 62,3 % sementara sisanya dijelaskan oleh atribut lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Secara simulatan, atribut X1 hingga X6 memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai F hitung (38,033) dan tingkat signifikansi (0,000). Secara parsial atribut keberwujudan, jaminan, empati dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian ulang.

Kata kunci: Kualitas layanan, keberwujudan, reliabilitas, ketanggapan jaminan, empati, lokasi, keputusan pembelian ulang.

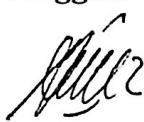
Palembang, 1 September 2014



Ketua

Drs. H. Islahuddin Daud, M.M
NIP. 195306241984031001

Anggota



Aslamia Rosa, S.E, M.Si
NIP. 197205292006042001

Pengelola Jurusan Manajemen



Drs. Yuliansyah M.Diah, M.M.
NIP. 196812241993031003

ABSTRACTION

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND LOCATION TO THE REPEAT BUYING DECISIONS IN PAGI SORE RESTAURANT IN THE CITY OF PALEMBANG

By:

Satria Nugraha; Drs. Islahuddin Daud, M.M; Aslamia Rosa, SE, M.Si

This study was conducted to determine the influence of the quality of service and location (X) to repeat buying decision (Y). Quality services consist of tangibles (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4) and empathy (X5). Another variable is location (X6). This Research is causality. The data used in this study are primary data and secondary data with ordinal measurement scale. The main instrument used is a questionnaire. Samples were taken with a judgmental sampling technique. Based on the results of data analysis, the value of R square is 62.3% while the rest is explained by other attributes which are not used in this research. Simultaneously X1 to X6 attributes has a significant influence on the repeat buying decision. This is indicated by the calculated F value (38,033) and the level of significance (0.000). Partially attributes tangible, assurance, empathy and the location has a significant influence on repeat buying decisions .

keyword: service quality, tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, location, repeat buying decisions.



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK (BAHASA INDONESIA)	ii
ABSTRAK (BAHASA INGGRIS).....	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Skripsi	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEPTUAL.....	8
2.1 Kajian Pustaka	8
2.1.1 Kualitas Layanan	8
2.1.2 Lokasi.....	9
2.1.3 Keputusan Pembelian Ulang.....	10
2.1.4 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	13
2.1.5 Peran Pembelian Konsumen	19
2.1.6 Tipe Perilaku Keputusan Pembelian.....	20
2.1.7 Proses Keputusan Pembelian	21
2.1.8 Penelitian Sebelumnya.....	24
2.2 Kerangka Konseptual	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Desain Penelitian	27
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	27
3.2.2 Devinisi Operasional Variabel.....	28
3.2.3 Pengukuran Variabel.....	31
3.3 Populasi, Teknik Penarikan Sampel dan Sampel	32
3.3.1 Populasi.....	32
3.3.2 Teknik Penarikan Sampel	32
3.3.3. Sampel	33
3.4 Jenis, Sumber dan Tekhnik Pengumpulan Data	33
3.4.1 Jenis Data.....	33
3.4.2 Tekhnik Pengumpulan Data.....	34
3.4.3 Uji Instrumen	34

3.5 Teknik Analisis Data	35
3.5.1 Uji F	35
3.5.2 Uji t	36
3.5.3 Uji Regresi Linear Berganda	36
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Hasil Penelitian.....	37
4.1.1 Frekuensi Konsumen Berdasarkan Profil Responden.....	37
4.1.1.1 Frekuensi Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.1.1.2 Frekuensi Konsumen Berdasarkan Usia	39
4.1.1.3 Frekuensi Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	40
4.1.1.4 Frekuensi Konsumen Berdasarkan Pengeluaran Rata-rata....	41
4.1.1.5 Frekuensi Konsumen BerdasarkanAlasan Responden Memilih Produk Rumah Makan Pagi Sore (Jl Jendral Sudirman)	42
4.1.2 Frekuensi Tanggapan Konsumen Berdasarkan Variabel Penelitian	43
4.1.2.1 Variabel Keberwujudan (X1)	43
4.1.2.2 Variabel Keandalan (X2).....	45
4.1.2.3 Variabel Ketanggapan (X3).....	47
4.1.2.4 Variabel Jaminan (X4).....	49
4.1.2.5 Variabel Empati (X5)	51
4.1.2.6 Variabel Lokasi (X6)	53
4.1.2.7 Variabel Keputusan Pembelian Ulang (Y)	54
4.1.3 Uji Validitas	56
4.1.4 Uji Reliabilitas	61
4.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda	62
4.1.6 Uji F (Simultan)	63
4.1.7 Uji t (Parsial).....	64
4.2 Pembahasan	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran	72
Daftar Pustaka	74
Daftar Lampiran	77

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Statistics	37
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	38
Tabel 4.3 Usia Responden.....	39
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	40
Tabel 4.5 Pengeluaran Rata-Rata Responden	41
Tabel 4.6 Frekuensi Alasan Responden	42
Tabel 4.7 Variabel Keberwujudan.....	43
Tabel 4.8 Keandalan	45
Tabel 4.9 Ketanggapan	47
Tabel 4.10 Jaminan	49
Tabel 4.11 Empati	51
Tabel 4.12 Lokasi.....	53
Tabel 4.13 Keputusan Pembelian Ulang.....	54
Tabel 4.14 Tabel Uji Validitas Variabel Keberwujudan (X1).....	56
Tabel 4.15 Tabel Uji Validitas Variabel Keandalan (X2)	57
Tabel 4.16 Tabel Uji Validitas Variabel Ketanggapan (X3)	58
Tabel 4.17 Tabel Uji Validitas Variabel Jaminan (X4)	58
Tabel 4.18 Tabel Uji Validitas Variabel Empati (X5).....	59
Tabel 4.19 Tabel Uji Validitas Variabel Lokasi (X6)	60
Tabel 4.20 Tabel Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Ulang (Y).....	61
Tabel 4.21 Uji Reliabilitas	62
Tabel 4.22 Model Summary.....	63
Tabel 4.23 ANOVA.....	64
Tabel 4.24 Coefficients	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	13
Gambar 2.2 Kerangka konseptual penelitian	26



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini, perkembangan dalam perdagangan yang terus terjadi menyebabkan semakin banyak perusahaan terus bermunculan. Perusahaan/usaha Sensus Ekonomi (SE06) dari hasil listing yang dilakukan pada tahun 2006 saja jika dibandingkan tahun 1996, jumlah perusahaan/usaha meningkat 6,3 juta, atau 3,32 persen per tahun. Persaingan merupakan salah satu akibat dari perkembangan yang terjadi. Setiap perusahaan harus terus melakukan inovasi demi menarik minat konsumen, hal tersebut bertujuan agar produk yang mereka tawarkan terus dikenal oleh konsumen. Perusahaan perlu memperhatikan segmentasi, target dan metode promosinya dalam melakukan inovasi. Dengan memperhatikan ketiga faktor tersebut pemasar akan lebih mudah dalam memperkenalkan produk mereka kepada konsumen. Konsumen yang kenal tentang karakteristik produk akan lebih mudah menentukan keputusan pembeliannya. Pada dasarnya tujuan pemasaran adalah mengetahui dan memahami pelanggan, selanjutnya mampu menjual dirinya sendiri. Idealnya, pemasaran harus memaksimalkan pelanggan yang siap membeli. Selanjutnya perusahaan hanya menyediakan produk apa yang diminta tersebut.

Kebutuhan akan makanan merupakan salah satu kebutuhan yang dijadikan jenis usaha dan sangat potensial saat ini. Ragam jenis makanan yang ada

diindonesia mengakibatkan jenis usaha kuliner menjadi sangat potensial. Cita rasa disesuaikan dengan karakteristik daerah target pemasarannya. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan memaksimalkan penjualan, menjaga tradisi kuliner daerah tersebut, namun, pada sebuah perusahaan dapat dijadikan sebuah metode untuk memaksimalkan penjualannya. Tingginya tingkat persaingan mengharuskan para pengusaha selalu melakukan inovasi terhadap produk-produknya. Menentukan berbagai kebijakan dan strategi pemasaran serta harus dapat memanfaatkan peluang yang ada seefektif mungkin agar terus dapat menghadapi tingginya persaingan ini. Kondisi ini didukung dengan semakin banyaknya produsen-produsen baru.

Pada penelitian ini variabel yang digunakan yaitu kualitas layanan dan lokasi. Kualitas layanan sangat penting dalam membangun sebuah usaha termasuk usaha rumah makan. Pelayanan yang baik akan membuat konsumen merasa senang, sehingga konsumen terdorong untuk datang kembali ke rumah makan tersebut. Faktor lain seperti kualitas produk, harga, bentuk fisik dan saluran distribusi tidak digunakan karena pada perusahaan pesaing tidak ada perbedaan yang signifikan. Kepuasan konsumen dapat meningkatkan jumlah pendapatan karena konsumen cenderung membeli secara berulang-ulang. Penampilan karyawan juga akan sangat berpengaruh terutama terhadap citra perusahaan. Penampilan baik karyawan dapat mencerminkan citra baik perusahaan, sebaliknya penampilan buruk karyawan juga dapat memberi citra buruk dari perusahaan. Dalam menentukan strategi pada kualitas layanan, perusahaan juga harus memperhatikan bagaimana mempertahankan pelanggan. “Semakin tinggi upaya mempertahankan

pelanggan maka semakin tinggi pula profitabilitas. Hal ini dikarenakan pelanggan akan semakin sering membeli produk, dalam jumlah yang lebih banyak, dan cenderung untuk mencoba produk lain yang ditawarkan perusahaan sehingga akan menurunkan biaya pemasaran dan penjualan dengan adanya informasi dari mulut kemulut yang positif".(Rambat Lupiyoadi, 2013).

Keputusan konsumen dalam pembelian selain dipengaruhi oleh karakteristik konsumen, dapat dipengaruhi oleh rangsangan perusahaan yang mencakup produk, harga, tempat dan promosi. Variabel-varibel diatas saling mempengaruhi proses keputusan pembelian sehingga menghasilkan keputusan pembelian yang didasarkan pada pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian (Kotler, 2002). Selain itu, Kualitas pelayanan merupakan tolak ukur dalam menentukan pembelian atau tidaknya seseorang, karena melalui kualitas pelayanan akan dapat menilai kinerja dan merasakan puas atau tidaknya mereka dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan (Nizar, 2011). Dalam menarik minat konsumen, strategi penempatan lokasi terbaik dengan menggunakan tempat yang strategis. Lokasi yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau calon konsumen akan dipilih oleh para calon konsumen. Jaminan keamanan lokasi dan kenyamanan akan sangat mendukung kepuasan konsumen. Penampilan baik dari perusahaan akan membuat calon konsumen baru tertarik untuk mencoba produk yang ditawarkan. Pada pemasaran usaha rumah makan atau restoran perlu diperhatikan pula tampilan eksterior perusahaan yang menarik dan memiliki cirri khas agar calon konsumen dapat dengan mudah mengenali lokasi perusahaan. Interior umum, meliputi pencahayaan yang sesuai

dengan alunan suara dan aroma khas dari lokasi perusahaan agar, image perusahaan semakin melekat pada benak konsumen. Pada tata letak, kemudahan dalam mendapatkan produk maupun transaksi harus piperhatikan agar dapat lebih memudahkan konsumen dalam melakukan kegiatan tersebut.

Penelitian ini mengambil studi pada Rumah Makan Pagi Sore cabang Jl. Jendral Sudirman, Palembang. Rumah makan ini beroperasi sejak tahun 1972 dan merupakan bagian dari PT. Pagi Sore Nusa yang termasuk dalam struktur pasar persaingan sempurna. Pasar persaingan sempurna artinya produk yang ditawarkan bersifat homogen. Perusahaan ini memiliki letak yang sangat strategis yaitu terletak dipusat kota Palembang. Layanan pesan antar mereka tawarkan bagi konsumen yang tidak memiliki waktu luang untuk menikmati produk mereka. Didukung dengan website yang menyediakan informasi lengkap mengenai apa saja yang dibutuhkan konsumen untuk menikmati layanan pesan antar. Jumlah minimum pesan antar yaitu lima box, dalam satu hari mereka mampu melayani hingga ribuan box nasi. Pesanan ini biasanya ditujukan untuk acara ulang tahun, seminar, pernikahan atau rapat. Menu lengkap, nomor telepon yang dapat dihubungi serta alamat lengkap tiap cabang perusahaan mereka sersediakan demi memudahkan konsumen. Berbagai jenis menu khas provinsi Sumatera Barat mereka tawarkan seperti ayam opor, gulai daging kambing, gulai ikan mas, hot plate kangkung, ikan mas bakar dan berbagai makanan olahan berbahan ayam. Sedangkan untuk menu minuman, perusahaan menyediakan berbagai macam es, seperti es alpukat, es kolumbia, es shanghai, dan berbagai macam jus buah. Terhitung rata-rata sebanyak 19.000 konsumen mengunjungi rumah makan ini

dalam jangka waktu satu bulan. Dengan jumlah seperti itu secara keseluruhan perusahaan dapat menghasilkan omset senilai Rp.24.000.000 perharinya.

Dengan latar belakang yang telah dibuat tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Pagi Sore di Kota Palembang”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibuat, maka permasalahan yang dibahas pada penelitian ini yaitu, **“apakah kualitas layanan dan lokasi berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian ulang pada Rumah Makan Pagi Sore Jl. Jendral Sudirman?”**

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditentukan, tujuan dari diadakannya penelitian ini yaitu, ,mengetahui besarnya pengaruh kualitas layanan dan lokasi baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian ulang pada Rumah Makan Pagi Sore Jl. Jendral Sudirman serta mengetahui variabel mana yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian ulang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut.

1. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan, khususnya para akademisi yang ingin menganalisis mengenai analisis pengaruh kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian.
2. secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan alat untuk melakukan evaluasi terhadap kualitas layanan dan pemilihan lokasi perusahaan.

1.5 Sistematika Skripsi

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEPTUAL

Pada bab kajian pustaka dan kerangka konseptual diuraikan tentang landasan teori, penelitian terdahulu serta kerangka pemikiran penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang desain penelitian, identifikasi, definisi dan pengukuran variabel penelitian, populasi, teknik penarikan sampel dan sampel, jenis dan teknik pengumpulan data serta uji instrument dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab analisis dan pembahasan berisi tentang teknik analisis yang digunakan penelitian secara sistematika kemudian dianalisis dengan menggunakan metode penelitian yang telah ditetapkan dan selanjutnya diadakan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab penutup berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

Daftar Pustaka

Buku

- Akbar, Panji, A. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Study Kasu Pada Dealer Sepeda Motor Honda Di Kota Banjarnegara)*: skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro: Semarang.
- Fandy Tjiptono, 2006, Manajemen Pelayanan Jasa, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul. Manajemen Pemasaran. Bandung: CV YRAMA WIDYA, 2012.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller., 2007, Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas, Jilid 1, dialihbahasakan oleh Benjamin Molan, Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller., 2007, Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas, Jilid 2, dialihbahasakan oleh Benjamin Molan, Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip. Strategi Pemasaran Untuk Organisasi Nirlaba. Edisis ketiga. Gajah Mada Universitas Press, 2002.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Lupiyoadi, Rambat. Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Noor, Juliansyah. Metodologi Penelitian. Jakarta: KENCANA PRENANDA MEDIA GROUP, 2011.
- Sekaran, Uma. 2006. Research Methods for Business Buku2. Edisi 4. Salemba Empat. Jakarta.

Jurnal

- Kamawati, Tin Agustina 2010. Pengaruh produk, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Padang sederhana di kota Malang. *jurnal-sosioekotekno.org*. Edisi 2014 vol 2. <http://jurnal-sosioekotekno.org/article/135286/pengaruh-lokasi-usaha-harga-dan-pelayanan-terhadap-keputusan-pembelian-konsumen--study-kasus->

pedagang-kaki-lima-di-kelurahan-tlogosari-kulon-kecamatan-pedurungan-semarang.html, 8 Mei 2014.

Setiadi Dony 2008 “Analisis Pengaruh Kualitas Jasa, Harga, Tempat Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian R.M Noroyono Di Purwodadi”. Forza Milan. Edisi 2012 Analisis Jurnal III. http://akbar-forzamilan.blogspot.com/2012/10/analisis-jurnal-3_22.html, 8 Mei 2014.

Desy Purwanti Atmaja, Martinus Febrian Adiwinata yang berjudul “Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopitiam Oey Surabaya”. Jurnal Hospitality dan manajemen Jasa. Edisi 2013 Vol 2. <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/1179>. 8 Mei 2014.

Skripsi, Tesis dan Disertasi

Ika Putri Iswayanti 2010 “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Rumah Makan “Soto Angkring Mas Boed” di Semarang)”. Diponegoro University.

Kembaren, Emmelya. 2009. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Kentucky Fried Chicken Pada KFC Jalan Gajah Mada Medan*: Skripsi. Universitas Sumatera Utara: Medan

Nizar, Rifki K. 2011. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Tanah Non Subsidi (Studi Kasus Pada Pangkalan Minyak Tanah Di Jalan Gor No 129 Kudus)*. Fakultas Ekonomi universitas diponegoro: Semarang.

Saiful, Nur Aisyah Qadri 2012 “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Coto Kuda di Warung Nuer Kecamatan Bontosunggu Kabupaten Jeneponto”. Universitas Hasanuddin, Makasar.

Internet

Badan Pusat Statistik. 2007, Hasil Listing Sensus Ekonomi (SE06) Jumlah Perusahaan/Usaha Meningkat 3,32% per Tahun. Diambil pada 8 Mey 2014 dari <http://www.bps.go.id/?news=526>.