

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KEDAI KOPI PULANG
KOTA PALEMBANG**



ASLI

200
29/03/2021

Skripsi Oleh:

FAUZAN HANIF

01011281520177

MANAJEMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2020

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KEDAI KOPI PULANG
KOTA PALEMBANG**



Skripsi Oleh:

FAUZAN HANIF

01011281520177

MANAJEMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2020

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

JUDUL SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
KEDAI KOPI PULANG PALEMBANG**

Disusun oleh:

Nama : Fauzan Hanif
NIM : 01011281520177
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Kosentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui dalam ujian komprehensif

Tanggal Persetujuan

Ketua

Tanggal:
02 - 12 - 2020


Drs. H. A. Nazaruddin, M.M
NIP. 195706131985031002

Anggota

Tanggal:
02 - 12 - 2020


Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 197407102008011011

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
KEDAI KOPI PULANG KOTA PALEMBANG

Disusun oleh :

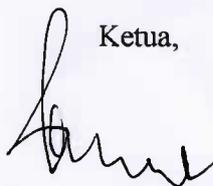
Nama : Fauzan Hanif
NIM : 01011281520177
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

ASLI
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNSRI
09/03/2021

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada 11 Januari 2021 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Indralaya, 19 Maret 2021

Ketua,



Drs. H. A. Nazaruddin, M.M.
NIP.195706131985031002

Anggota,



Welly Nailis, S.E., M.M.
NIP.197407102008011011

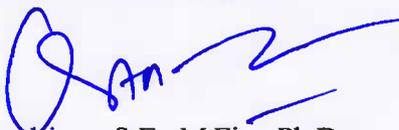
Anggota,



Dian Eka, S.E., M.M.
NIP. 196101061990031002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D.
NIP.197509011999032001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Fauzan Hanif
NIM : 01011281520177
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Fakultas Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Pulang Kota Palembang

Pembimbing:

Ketua : Drs. H. A. Nazaruddin, M.M
Anggota : Welly Nailis, S.E., M.M
Tanggal Ujian : 11 Januari 2021

Adalah benar hasil karya 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 kesarjanaannya.

Indralaya, 11 Januari 2021

Pembuat pernyataan



Fauzan Hanif

NIM. 01011281520177

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Kalaupun suatu hari Saya gagal karena bertahan dengan prinsip yang Saya pegang, setidaknya Saya gagal atas pilihan Saya sendiri. Saya tidak gagal karena mengikuti pilihan orang lain. Saya telah mencoba sebaik-baiknya yang Saya bisa. Saya telah belajar sedalam-dalamnya pengalaman.

Skripsi ini Kupersembahkan untuk:

- **Kedua Orang Tuaku**
- **Saudara-Saudariku**
- **Seluruh Teman-Temanku**
- **Almamaterku**
- **Organisasi tercintaku**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT, karena berkat karunia dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Pulang Kota Palembang**. Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S1) Fakultas ekonomi Universitas Sriwijaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian dan penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis tidak menutup diri untuk kritik dan saran yang membangun agar dapat menyempurnakan skripsi ini. Selain itu, penulis juga berterima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dalam proses pengerjaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan, dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis selama penulisan skripsi ini. *Aamiin Ya Rabbal Alamin*.

Indralaya, 11 Januari 2021

Fauzan Hanif

UCAPAN TERIMA KASIH

Selama masa perkuliahan dan penulisan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Drs. H. A. Nazaruddin, M.M, selaku Pembimbing 1 skripsi yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, serta pertolongan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Welly Nailis, S.E., M.M, selaku Pembimbing 2 skripsi yang juga telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, serta pertolongan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dian Eka, S.E., M.M, selaku Penguji dalam ujian yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan kritik, saran, serta pertolongan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Muizzudin, S.E., MM, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan saran, serta pertolongan selama masa perkuliahan.
5. Seluruh Teman-teman Angkatan 2015, terutama Imawan, Deri, Bimo, Yuni, Dimas, Rafif, Irfan, Donny, Muhtar, Bakri, Arya, Arman, Arini, Dini, Bayu yang telah memberikan bantuan, semangat, serta kebersamaan selama masa perkuliahan.
6. Seluruh Teman-teman Kantin Lestari tempat Saya menghabiskan waktu luang juga tempat Saya belajar matematika dan probabilitas.
7. Seluruh Anggota MAFESRIPALA yang telah memberikan semangat dan juga bantuan saat perkuliahan dan berorganisasi.
8. Yang paling utama, Kedua Orang Tuaku, Saudara-Saudariku yang telah sabar dan mengerti dalam memberikan bantuan moril dan materiil bagiku, sehingga Aku dapat menyelesaikan studi hingga sarjana.

Akhir kata, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. *Aamiin Ya Rabbal Alamin.*

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KEDAI KOPI PULANG KOTA PALEMBANG

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada kedai Kopi Pulang Kota Palembang serta mengetahui variabel yang berpengaruh dominan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di kedai Kopi Pulang Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh melalui tanggapan responden dengan bantuan kuesioner. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen Kedai Kopi Pulang Palembang. Sampel ditentukan dengan metode purposive sampling dengan total 100 sampel. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji t, uji f, analisis regresi linear berganda, dan uji determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen kedai Kopi Pulang Kota Palembang. Variabel independen yang dominan adalah variabel Kualitas Pelayanan.

Kata Kunci : *kualitas produk, kualitas pelayanan, keputusan pembelian*

Pembimbing I



Drs. H. A. Nazaruddin, M.M.
NIP. 195706131985031002

Pembimbing II



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 197407102008011011

Ketua Jurusan Manajemen



Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D
NIP. 197509011999032001

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF PRODUCT AND SERVICE QUALITIES IN
PURCHASING DECISION OF KOPI PULANG PALEMBANG**

The aims of this study are to determine the influence of product quality and service quality simultaneously in purchasing decision at Kopi Pulang Palembang and to determine the variable which has the dominant influence between product quality and service quality in purchasing decision at Kopi Pulang Palembang. This study uses data obtained through respondents responses by questionnaire. The population of this research is all consumers of Kopi Pulang Palembang. The sample is determined by purposive sampling method with a total of 100 samples. The data analysis techniques used in this study are the t test, f test, multiple linear regression analysis, and test of determination. The results showed that the product quality and service quality simultaneously had a significant positive effect on customer satisfaction at Kopi Pulang Palembang. The dominant independent variable is the Service Quality variable.

Keyword: *product quality, service quality, purchasing decision.*

Advisor I



Drs. H. A. Nazaruddin, M.M.
NIP. 195706131985031002

Advisor II



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 197407102008011011

Head of The Management Department



Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D
NIP. 197509011999032001

SURAT PERNYATAAN

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

Nama : Fauzan Hanif

Nim : 01011281520177

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Pulang Palembang

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

Mengetahui,

Ketua



Drs. H. A. Nazaruddin, M.M
NIP. 195706131985031002

Anggota



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 197407102008011011

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen



Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D
NIP. 197509011999032001

RIWAYAT HIDUP

- Nama : Fauzan Hanif
- Jenis Kelamin : Laki-Laki
- Tempat, Tanggal Lahir : Palembang, 28 Oktober 1997
- Agama : Islam
- Status Pernikahan : Belum Menikah
- Alamat : Jalan Sawo No. 6F / 1814 RT. 32 RW. 11 Kecamatan Iilir Barat II Kelurahan 30 Iilir Palembang, Sumatera Selatan, 30144
- Alamat Email : fauzaannhaniiff@gmail.com
- Pendidikan Formal
- Sekolah Dasar : SDN 21 Palembang
- SMP : SMPN 18 Palembang
- SMA : SMA Muhammadiyah 2 Palembang
- Pengalaman Organisasi :
- Anggota Biasa MAFESRIPALA Angkatan Ke-26 Tahun 2015
 - Kepala Biro Informasi dan Dokumentasi MAFESRIPALA Periode 2016-2017
 - Kepala Biro Informasi dan Dokumentasi MAFESRIPALA Periode 2017-2018
 - Ketua Umum MAFESRIPALA Periode 2018-2019
 - Kepala *Human Research and Development* Komunitas Fotografi UNSRI 2016-2017

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN INTERGRITAS KARYA ILMIAH	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMAKASIH	viii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
RIWAYAT HIDUP	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Produk	13
2.1.2 Kualitas Produk	15
2.1.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk	17
2.1.4 Dimensi Kualitas Produk	17
2.1.5 Jasa atau Pelayanan	18

2.1.6 Kualitas Pelayanan.....	18
2.1.7 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	19
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	20
2.1.9 Dimensi Keputusan Pembelian.....	24
2.1.10 Kunjungan Kembali.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Konseptual.....	32
2.4 Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	34
3.2 Rancangan Penelitian.....	34
3.3 Jenis Dan Sumber Data.....	34
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	35
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	37
3.5.1 Operasional Variabel	37
3.5.2 Pengukuran Variabel	39
3.6 Uji Instrumen Penelitian	39
3.6.1 Uji Validitas.....	39
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	40
3.7 Teknik Analisis Data	41
3.7.1 Uji Hipotesis	41
3.7.1.1 Uji F (Simultan)	41
3.7.1.2 Uji T (Parsial)	42
3.7.1.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	42
3.7.1.4 Analisis Regresi Linier Berganda	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian	44
4.1.1 Uji Validitas.....	44
4.1.2 Uji Reliabilitas	45

4.2	Gambaran Umum Responden	46
4.2.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.2.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	48
4.2.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ...	49
4.2.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Profesi.....	50
4.2.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan ..	51
4.3	Analisis Deskriptif Variabel.....	51
4.3.1	Variabel Kualitas Produk	52
4.3.2	Variabel Kualitas Pelayanan.....	53
4.3.3	Variabel Keputusan Pembelian.....	54
4.4	Teknik Analisis	56
4.4.1	Uji F (Simultan)	57
4.4.2	Uji T (Parsial)	58
4.4.3	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	59
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	62
BAB V PENUTUP		70
5.1	Kesimpulan	70
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	70
5.3	Saran	71
Daftar Pustaka		73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Nama Kedai Kopi Pulang Palembang	4
Tabel 1.2 Data Penjualan Kedai Kopi Pulang Palembang.....	6
Tabel 1.3 Data Pengunjung Kedai Kopi Pulang Palembang.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 4.1 Uji Validitas Instrumen	45
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas Instrumen	46
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 4.7 Pengeluaran Responden Perbulan	51
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X1	52
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X2	53
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y	54
Tabel 4.11 ANOVA.....	57
Tabel 4.12 <i>Output Coefficients</i>	58
Tabel 4.13 <i>Variables Entered/Removed</i>	59
Tabel 4.14 <i>Model Summary</i>	60
Tabel 4.15 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsumsi Kopi di Indonesia	2
Gambar 2.1 Tahap Proses Keputusan Pembelian	21
Gambar 4.1 Kerangka Konseptual.....	32

BAB I

PENDAHULUAN

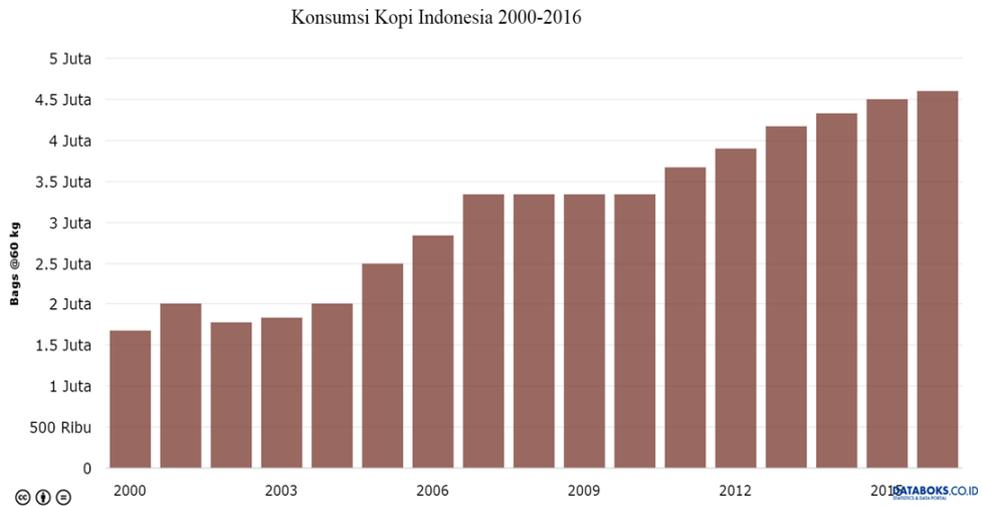
1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya pola kehidupan masyarakat, masyarakat kota pada saat ini mengalami perubahan gaya hidup. Menurut Sumarwan (2002) gaya hidup itu sering kali di gambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang dan lebih menggambarkan perilaku seseorang yaitu bagaimana mereka hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang di milikinya. Salah satu gaya hidup modern sampai saat ini adalah kebiasaan kelompok masyarakat tertentu yang *hang out* atau menghabiskan waktu di kedai kopi atau kafe.

Hal ini didukung oleh pendapat Renald Kasali (2008), seorang pakar di bidang pemasaran berkata, “Ngopi kini bukan lagi sekedar untuk menghilangkan kantuk, tapi sebagai bagian dari gaya hidup, dimana *coffee shop* atau kedai kopi menjadi tempat kongkow yang amat diminati”. Gaya hidup ini sesuai dengan karakter orang Indonesia yang suka berkumpul.

Konsumsi kopi di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Dalam hal ini menimbulkan ketertarikan dari para pengusaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman untuk membuat tempat usaha yang menyajikan menu berbahan dasar kopi. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Gambar 1.1 Konsumsi Kopi di Indonesia



Sumber: *databoks.co.id*

Menurut Adi W. Taroepratjeka salah satu konsultan kopi di Indonesia, hampir semua sudut kota dapat dipastikan ada warung kopi. Kedai Kopi bukan termasuk *coffee shop* yang mewah tetapi bukan pula termasuk warung kopi biasa. Kedai Kopi cenderung *coffee shop* menengah. Kedai Kopi menawarkan menu dan rasa spesial pada minumannya yang berbahan dasar kopi espresso. Saat ini di kota Palembang semakin marak *coffee shop* atau kedai kopi baru yang berdiri dan tersebar diseluruh pelosok kota.

Di Indonesia, *Coffe Shop* biasa disebut warung kopi atau kedai kopi. *Coffee Shop* mulai hadir ditengah-tengah kita, mulai dari pelosok desa, hingga di pusat perkotaan. Definisi *Coffee Shop* menurut Wiktionary (2010) bisa diartikan sebuah café kecil atau restoran kecil yang biasanya menjual kopi dan terkadang minuman non-alkohol, makanan sederhana atau *snacks*, dengan fasilitas yang menunjang di tempat tersebut. Senada dengan Wiktionary, pengertian *coffee Shop* atau warung kopi sendiri dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia karya Poerwadarminta (dikutip

oleh Anik, 2009) adalah “sebuah tempat yang menjual kopi dan jenis minuman lain, serta makanan-makanan kecil dengan harga yang murah”.

Masyarakat Indonesia memang bukan pengunjung café yang benar-benar fanatic. Persentase masyarakat yang sering mengunjungi *Coffe Shop* sangat rendah. Sebagian besar masyarakat kita jarang atau bahkan belum pernah mengunjungi *Coffee Shop*. Sedangkan pengunjung *Coffee Shop* hanya sebagian masyarakat yang kadang-kadang menggunakan jasa *Coffee Shop*. Jadi, *Coffee Shop* di Indonesia hanya dikunjungi oleh konsumen dengan waktu internal tertentu. Oleh karena itu, Rio Budi Prasadja Tan (2009) mengemukakan situasi sektor *Coffee Shop* dapat dikenali melalui 3 (tiga) karakteristik, yaitu :

1. Jenis usaha *Coffee Shop* tertentu yang tergantung pada jenis pelanggan tertentu, misalnya *Coffee Shop* mewah yang dikunjungi secara rutin oleh kelompok konsumen (kecil) tertentu yang berpenghasilan tinggi, namun tidak dikunjungi kelompok masyarakat lain.
2. Kebanyakan usaha *Coffee Shop* dikunjungi oleh pelanggan tetap dengan interval kunjungan yang jarang frekuensinya.
3. Sebagian besar masyarakat Indonesia tidak mengenal “budaya” *Coffee Shop*. Sisanya hanya mengenali sedikit, sedikit tertarik, namun tidak mau mengkonsumsi waktu dan uang untuk sektor *Coffee Shop*. Kelompok konsumen ini yang paling sulit digarap oleh *Coffee Shop*.

Kopi merupakan salah satu jenis minuman global yang dicintai oleh sebagian besar umat manusia dan memang sudah menjadi bagian dari gaya hidup. Untuk menemukan minuman berwarna pekat tersebut tidaklah sulit, dari mulai

warung pinggir jalan, café, sampir restoran mewah maupun hotel berbintang pasti menyediakan kopi dengan variasi jenis dan harga yang berbeda. Kepopuleran kopi juga membawa dampak terhadap perkembangan bisnis, karena kini semakin banyak *Coffee Shop* atau café yang menjamur di wilayah Palembang.

Kedai Kopi bukan termasuk *Coffee Shop* yang mewah tetapi bukan pula termasuk warung kopi biasa. Kedai Kopi cenderung *Coffee Shop* menengah. Kedai Kopi menawarkan menu dan rasa special pada minumannya yang berbahan dasar Kopi Espresso. Saat ini di kota Palembang semakin marak *Coffee Shop* atau Kedai Kopi baru yang berdiri dan tersebar di pelosok kota.

Tabel 1.1
Daftar Nama Kedai Kopi di Kota Palembang

No	Nama Kedai Kopi	Alamat
1	Kedai Kopi Pulang	Jenderal Sudirman, Sekip Jaya, Ilir Tim. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan
2	Kopi Loka	Perum PNS pemkot Gandus Blok AU 1 Palembang
3	Kopi Umaku	Jl. Mayjen HM Ryacudu Palembang
4	Kenanga Coffe and Space	Jl. Kenanga No.5, Kota Palembang
5	Warkop Portal	Jl. Proklamasi No. K29 Palembang
6	Kahoy coffe	Jl. Merdeka No.1069B Palembang
7	ID Coffe	Jl. Soekarno Hatta Palembang
8	Beskabean coffe	Jl. Binawarga 2 No. 629 Palembang
9	History Coffe	Jl. Mp Mangkunegara Palembang
10	Luthier Coffe	Jl. Bangau Palembang
11	Coffe Addict	Jl. Veteran No. 939 Palembang
12	Glow Coffe	Jl. Puncak sekuning Blok b No.6 Palembang
13	Giant Coffe	Jl. Angkata 66 no. 579 Palembang
14	Dialogue Coffe	Jl. KH. Ahamad Dahlan No.256 Palembang
15	Kopi Ngobrol	Jl. Kebun Bunga RSS Blok B No.3 Palembang
16	York Coffe	Jl. Basuki Rahmat No. Bc.02 Palembang
17	South Stasion coffe	Jl. Kedaung Palembang
18	Kedai Kopi Baik	Jl. Demang Lebar Daun, no.169 Palembang
19	Kawe Kopi	Jl. Srijaya Negara No. 195A Palembang
20	SKSD Kopi	Jl. Lukman Idris, sukodadi, sukarama Palembang

Sumber: Barista Independent Palembang

Menurut data dari Asosiasi Barista Independent Palembang, terdapat sebanyak 20 Kedai Kopi yang menggunakan bahan baku Kopi Lokal Indonesia. Salah satunya di Kedai Kopi Pulang Palembang yang tepatnya berada di Jalan Jenderal Sudirman, Sekip Jaya, Ilir Timur I, Palembang yang ingin memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumennya. Kedai Kopi Pulang menyediakan bermacam-macam jenis kopi dan cemilan. Kedai Kopi Pulang merupakan usaha dagang yang bergerak pada industri jasa, yang didirikan pada tahun 2015. Konsep yang diterapkan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya adalah *Coffee Shop* atau Kedai Kopi yang menawarkan jenis makanan lain serta minuman yang dapat dipesan melalui daftar menu. Namun, di daftar menu hanya ada beberapa kudapan sebagai sajian. Kedai Kopi Pulang mengharapkan agar pengunjung hanya datang memang untuk menikmati kopi dan ingin tahu lebih jauh tentang kopi. Dengan konsep yang disajikan, pengunjung yang datang pun terseleksi dengan sendirinya.

Kedai Kopi Pulang merupakan salah satu Kedai Kopi yang menghadapi ketatnya persaingan bisnis café pada saat ini. Kedai Kopi ini selama beberapa bulan ini mengalami kenaikan dan penurunan penjualan, hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.2

Data Penjualan Kedai Kopi Pulang Bulan September 2018 – Oktober 2019

No	Bulan	Penjualan
1	September 2018	904 Cup
2	Oktober 2018	938 Cup
3	November 2018	957 Cup
4	Desember 2018	981 Cup
5	Januari 2019	1.089 Cup
6	Februari 2019	1.201 Cup
7	Maret 2019	1.273 Cup
8	April 2019	1.309 Cup
9	Mei 2019	1.245 Cup
10	Juni 2019	1.297 Cup
11	Juli 2019	1.434 Cup
12	Agustus 2019	1.382 Cup
	TOTAL	14.010 Cup

Sumber: Kedai Kopi Pulang Tahun 2019

Dari tabel 1.2 diketahui bahwa terjadi fluktuasi di setiap bulan. Permasalahan yang menyebabkan terjadinya hal ini adalah karena adanya situasi-situasi dimana pada bulan-bulan tertentu terjadi pembelian yang cukup besar. Hal ini juga bisa disebabkan karena pada awal tahun ini terdapat beberapa kedai kopi baru yang berada di Palembang. Untuk dapat bertahan, Kedai Kopi Pulang harus mengembangkan strategi pemasarannya dengan melakukan berbagai macam cara dan strategi untuk meningkatkan kualitas produknya sehingga tidak kalah dengan persaingan pasar.

Oleh karena itu, Kedai Kopi Pulang dalam mencapai tujuannya harus mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, tentunya harus melakukan strategi pemasaran, menurut Jerome Mc Carthy (Kotler, 2009) merumuskan strategi pemasaran menjadi 4P (*Product, Price, Promotion, and Place*), adapun strategi pemasaran tersebut adalah yang pertama produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Tabel 1.3

Data Pengunjung Kedai Kopi Pulang Bulan September 2018 – Oktober 2019

No	Bulan	Pengunjung
1	September 2018	901 Pengunjung
2	Oktober 2018	939 Pengunjung
3	November 2018	960 Pengunjung
4	Desember 2018	984 Pengunjung
5	Januari 2019	1.092 Pengunjung
6	Februari 2019	1.205 Pengunjung
7	Maret 2019	1.275 Pengunjung
8	April 2019	1.297 Pengunjung
9	Mei 2019	1.248 Pengunjung
10	Juni 2019	1.295 Pengunjung
11	Juli 2019	1.435 Pengunjung
12	Agustus 2019	1.384 Pengunjung
	TOTAL	14.015 Pengunjung

Sumber: Kedai Kopi Pulang Tahun 2019

Dari tabel 1.3 diketahui bahwa terjadi fluktuasi jumlah pengunjung di setiap bulan. Hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti makin maraknya kedai kopi yang ada di Palembang dan juga persaingan kualitas pelayanan antar kedai kopi semakin ketat. Agar dapat bertahan, Kedai Kopi Pulang juga harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan, seperti kehandalan dan keramahan karyawan serta fasilitas yang diberikan kepada konsumen.

Pengertian kualitas produk ditinjau secara subyektif adalah sesuatu yang cocok dengan selera (*Fitness For Use*) jadi suatu produk bisa dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mempunyai kecocokan penggunaan bagi dirinya. Ditinjau dari sudut pandang produsen, kualitas dapat diartikan sebagai kesesuaian dengan spesifikasinya, baik sesuai dengan fisiknya, produsen juga sesuai dengan persyaratannya. Kualitas yang baik harus berorientasi pada pelanggan, dalam hal ini kualitas dimulai dengan kebutuhan pelanggan dan diakhiri dengan kepuasan pelanggan. Kualitas ini bersifat kompleks, yaitu mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan sebagai usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan sehingga mereka merasa lebih puas bahkan sangat puas setelah membeli produk tersebut.

Terdapat dimensi pokok kualitas produk menurut Tjiptono (2008) yaitu *Performance* (Kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk, *Durability* (Daya Tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk, *Conformance to Specifications* (Kesesuaian dengan Spesifikasi), yaitu

sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk, *Features* (Fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk, *Reliability* (Reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam produk waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk dapat diandalkan, *Aesthetics* (Estetika), Berhubungan dengan bagaimana penampilan produk, *Perceived Quality* (Kesan Kualitas), merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan, *Serviceability* (Pelayanan), meliputi kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta kompetensi dan keramah-tamahan staff layanan.

Lupiyoadi dan Hamdani (2009), mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang baik berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang baik berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan. Walaupun pelayanan adalah suatu produk yang tidak berwujud, namun pelayanan dapat dinilai berdasarkan pengalaman dan penalaran seseorang. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen karena terjadinya interaksi antara konsumen dengan pihak perusahaan.

Terdapat lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan menurut Parasuraman et al. dalam Purnama (2006) yaitu Bukti Fisik (*Tangibles*),

Kehandalan (*Reability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Empati (*Empathy*), Jaminan (*Assurance*). Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan. Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2013) mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

Konsumen kini makin mendambakan toko dengan kualitas produk yang baik. Tidak hanya itu, pelayanan juga memegang peranan penting terhadap suatu produk. Untuk itu perusahaan harus berusaha memberikan produk yang berkualitas dan pelayanan yang baik seperti yang diinginkan konsumen yang mengikuti perkembangan zaman demi menarik dan mempertahankan minat konsumen.

Dalam penelitian ini akan dianalisa mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi Pulang Palembang. Oleh karena itu sehubungan dengan keputusan pembelian, Lambors G. Laios dan Socrates J. Moschuris (2002) mengatakan bahwa :

“Consistence with organizational decision theorist (Mintzberg et al., 1976), the purchasing decision process has been defined broadly as the of actions and dynamic factor that begins with the identification of a stimulus for action and ends the specific commitment to action”

Dalam melakukan keputusan pembelian, produk, dan layanan yang akan dipilih oleh konsumen adalah produk dan layanan yang berkualitas. Menurut Eunsang Yoon dan Valarie Kijewski (1997), produk yang berkualitas memiliki

definisi berdasarkan perspektif pemasar dan perspektif konsumen yang dinyatakan sebagai berikut:

“Product quality from marketers perspective is associated with specification, feature, function or performance of a product. Product quality from the consumers perspective is associated with the capacity of product to satisfy consumer needs.”

Berdasarkan dari latar belakang yang penulis uraikan diatas, maka dalam penelitian ini dapat ditarik judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Kopi Pulang Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini permasalahan yang dihadapi dalam proses penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Pulang Palembang?
2. Variabel apa yang berpengaruh dominan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dilakukan tentunya memiliki beberapa tujuan. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Pulang Palembang.
2. Untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Pulang Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi yang bermanfaat sebagai bahan evaluasi terhadap efektivitas dan efisiensi dalam menerapkan strategi pemasaran yang efektif

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama di bidang pemasaran tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- (BPS), B. P. (2018, Maret 24). *Berapa Ekspor Kopi Indonesia?* Retrieved from databoks.katadata.co.id:<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/03/24/berapa-ekspor-kopi-indonesia>
- A. Hamdani dan Rambut Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta, 2009
- Abdillah, I. L., & Nurjannah, I. (2017). Inter-rater reliability of wound care skills checklist in objective structured clinical examination. *International Journal of Research in Medical Sciences*, 5(1), 283–289.
- Amrullah, Siburian, P. S., & ZA, S. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Harga terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Volume 13, (2).
- Amstrong, dan Kotler 2003, *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1*, Edisi Kesembilan, Penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta
- Anik .2010. *Definisi Coffee shop*. www.wiktionary.com. Diakses 14 Mei 2020
- Armstrong dan Kotler. 1999. *Prinsip- Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Assael, Henry. 1995. *Consumer Behaviour And Marketing Action E.5*. South-Western College Publishing, Ohio
- Assauri,Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers. Hal. 460.
- Aulya, D. A. (2013). Analisis Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Coffe Shop Stove Syndicate di Semarang). *Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang*.

- Boediono, M., Christian, S., & Mustikasari, D. I. (April 2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax. *Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis, Volume 3, Nomor 1*.
- Buchari, Alma. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- C. Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Cristoper, Lovelock. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Kelompok Gramedia Indeks Indonesia.
- Endriati, T. E. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk Kopi terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Postmo di Alaya Samarinda. *Jurnal Manajemen Operasional, Fakultas Ekonomi, Universitas 17 Agustus 1945*.
- Ghozali, Imam. 2011. "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, Mareta dan Tarwiyah. 2013. Pengaruh Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Kaki Lima Jl. Sei Deli Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis STIE IBBI, Vol. 19, No. 1*, hlm. 1-11. ISSN 1858-3199.
- Ismayanti. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Warung Spesial Sambal Plengkung Gading Jalan Mayjen Sutoyo Yogyakarta. *Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Istijanto, 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Iswayanti, I. P. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada rumah makan "Soto Angkring Mas Boed" di Semarang). *Universitas Diponegoro Semarang*.

- Kasali, Rhenald (2008). *Membidik Pasar Indonesia, Segmentasi Targeting Positioning*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan G. Amstrong. 2006. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 12. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Jilid II*. Jakarta: Prehalindo
- Kotler, Philip. 2004. *Marketing Insight from A to Z: 80 Konsep yang Harus Dipahami Oleh Setiap Manajer*. Dialih bahasakan oleh: Anies Lastiati. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2009, *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2, Edisi 13. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Prehallindo.
- Kurniawan, Tomi. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Suzuki di Raharjo Motor Jepara*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kusumah, R. Z. (2011). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Waroeng Taman Singosari di Semarang*. Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Lupiyoadi R. dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Salemba Empat.

- Mardhotillah, I. C. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Baseball Food Court Universitas Negeri Surabaya*, 7(4), 1-16.
- Nurhasan, Ristiawan. 2009. *Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Duri Lunak Juwana Semarang*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Nursya'bani Purnama (2006). *Manajemen Kualitas, Perspektif Global, Edisi Pertama*, Ekonisia Fakultas Ekonomi.
- Oktafianti, A., Ahman, E., & Masharyono. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Puri Lestari Catering Bandung. *Prodi Manajemen Industri Katering, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Prasadja Tan, R. B. (2009). *Psikologi Pelayanan Jasa Hotel*. Jakarta: Erlangga.
- Purparisa, Y. (2019, Desember 13). *10 Negara Dengan Konsumsi Terbesar di Dunia*. Retrieved from [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/12/13/10-negara-dengan-konsumsi-kopi-terbesar-dunia](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/12/13/10-negara-dengan-konsumsi-kopi-terbesar-dunia)
- Rizan, M., & Andika, F. (2011). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Suvei Pelanggan Suzuki, Dealer Fatmawati, Jakarta Selatan)*, 2(11), 1-21.
- Siburian, P. S., A, & ZA, S. Z. (2016). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*, 13(2), 1-20.
- Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung; PT. Refika Aditama.

- Sugiyono. 2010. *Metodologi Penelitian Bisnis*. (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R & D). Bandung : Penerbit Alfabetha.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen; Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Umami, R., Rizal, A., & Sumartik. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe. *Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*.
- William J. Stanton. 2004. *Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketujuh Jilid Kesatu. Jakarta: Erlangga.
- Yoon, Eunsang dan Kijewski, Valerie 1997, “*Dynamics of the Relationship between Product Features, Quality Evaluation, and Pricing*”, *Pricing Strategy & Practice*, Volume 5 Number 2 1997, pp. 45-60.