

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA, PERSEPSI
HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA HAPPY DAY
RESTAURANT DJUANDA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Lana Ayu Pangestu

NIM : 43111110076

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2016

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lana Ayu Pangestu

Nim : 43111110076

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 Juli 2016



Lana Ayu Pangestu

NIM : 43111110076

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

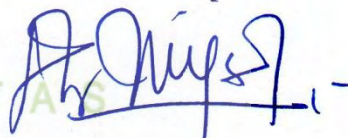
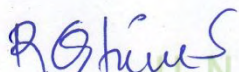
Nama : Lana Ayu Pangestu
NIM : 43111110076
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa, Persepsi
Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian
Konsumen pada Happy Day Restaurant Djuanda
Tanggal Lulus Ujian : 28 Juli 2016

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji,

g/n



Drs. Wawan Purwanto, SE., MM

Luna Haningsih, SE., ME

Tanggal : 6/8 2016

Tanggal : 6/8 2016

Dekan,

Ketua Program Studi

S1 Manajemen,



Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA.

Dr. Rina Astini, SE., MM

Tanggal : 6/8 2016

Tanggal : 6/8 2016

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Happy Day Restaurant Djuanda”** Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya **Drs. Wawan Purwanto, SE., MM**, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam skripsi ini terutama kepada :

1. Kedua orang tua tercinta dan adik saya yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Rina Astini, SE., MM selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.

6. PT. Happy Day selaku perusahaan beserta karyawan yang telah membantu memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian.
7. Para responden Happy Day Restaurant yang dengan penuh pengertian dan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dalam rangka penyusunan skripsi ini.
8. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 28 Juli 2016

Lana Ayu Pangestu



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	10
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	10
1. Tujuan Penelitian	10
2. Kontribusi Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	12
1. Pengertian Pemasaran	12
2. Perilaku Konsumen	14
a. Pengertian Perilaku Konsumen	14
b. Model Perilaku Konsumen	16
c. Pengambilan Keputusan Pembelian	18
d. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	19
e. Proses Pembelian	22
f. Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian	24
3. Kajian tentang Kualitas Pelayanan Jasa	29

a.	Kualitas Pelayanan Jasa	29
b.	Pengertian Kualitas dan Kualitas Pelayanan Jasa	34
c.	Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan Jasa	35
d.	Mengukur Kualitas Pelayanan Jasa	37
4.	Kajian tentang Persepsi Harga	42
a.	Pengertian Persepsi Harga	42
b.	Dimensi Persepsi Harga	43
5.	Lokasi	50
a.	Pengertian Lokasi	50
b.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Lokasi	51
c.	Pemilihan Lokasi	54
6.	Penelitian Terdahulu	56
B.	Rerangka Pemikiran	59
C.	Hipotesis	61

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A.	Waktu dan Tempat Penelitian	64
B.	Desain Penelitian	64
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	65
1.	Definisi Variabel	65
2.	Operasionalisasi Variabel	65
D.	Populasi dan Sampel Penelitian	72
1.	Populasi	72
2.	Sampel	72
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	74
F.	Metode Analisis	76
1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	76
a.	Uji Validitas	76
b.	Uji Reliabilitas	78
2.	Uji Asumsi Klasik	80
a.	Uji Normalitas	80

b. Uji Multikolinearitas	80
c. Uji Heteroskedastisitas	81
3. Uji Hipotesis	82
a. Analisis Regresi Linier Berganda.....	82
b. Uji t (Uji Parsial)	82
c. Uji F (Uji Simultan).....	83
4. Uji Koefisien Determinasi Berganda	85

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	86
B. Hasil Uji Statistik Deskripsi	88
1. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	88
2. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	89
3. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	90
4. Gambaran Umum Respoden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	91
5. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	92
6. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	92
C. Hasil Uji Kualitas Data	93
1. Hasil Uji Validitas	93
2. Hasil Uji Reliabilitas	96
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	97
1. Hasil Uji Normalitas	97
2. Hasil Uji Multikolinearitas	99
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	100
E. Uji Hipotesis	101
1. Uji F (Uji Simultan)	101

2. Uji T (Uji Parsial)	103
3. Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	107
F. Pembahasan	108

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	112
B. Saran	113



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Happy Day	8
Tabel 2.5	Penelitian Terdahulu.....	57
Tabel 3.1	Definisi Operasional Kualitas Pelayanan Jasa, Persepsi Harga, Lokasi	66
Tabel 3.2	Definisi Operasional Keputusan Pembelian.....	69
Tabel 3.3	Skala Pengukuran Kuesioner.....	76
Tabel 3.4	Interprestasi Nilai Reliabilitas	79
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	88
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	89
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	90
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	91
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	92
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan ...	93
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	94
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Persepsi Harga	94
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Lokasi	95
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	95
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas	96
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinearitas	99
Tabel 4.16	Hasil Uji F	102
Tabel 4.17	Hasil Uji T	104
Tabel 4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen.....	17
Gambar 2.2	Tahap Proses Keputusan Pembelian	25
Gambar 2.3	Model Kualitas Pelayanan	33
Gambar 2.4	Price Perceived Value Model	45
Gambar 2.6	Rerangka Pemikiran Teoritis	60
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	87
Gambar 4.13	Hasil Uji Normalitas	98
Gambar 4.15	Hasil Uji Heteroskedastisitas	100

