

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT ZENBU ASIA
PERMATA**

SKRIPSI



**Oleh:
Suryani
160910024**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT ZENBU ASIA
PERMATA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**



**Oleh:
Suryani
160910024**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Suryani

NPM : 160910024

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Zenbu Asia Permata

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 14 Februari 2020

Suryani

160910024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT ZENBU ASIA
PERMATA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**

**Oleh
Suryani
160910024**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 14 Februari 2020

**Sri Afridola, S.E., M.M.
Pembimbing**

ABSTRAK

Banyaknya produk makanan yang didistribusikan saat ini, sehingga terjadi persaingan yang semakin kompetitif antara pengusaha dibidang kuliner untuk mengambil kepercayaan konsumen yang lebih besar. Pengusaha dibidang kuliner berusaha untuk menarik dan mendapatkan konsumen sebanyak mungkin untuk mendapatkan keuntungan perusahaan. Kurangnya keputusan pembelian karena kurangnya kualitas produk yang disebabkan oleh banyak pesaing, harga tinggi, porsi yang tidak sesuai, cita rasa yang tidak cocok dengan lidah konsumen. Kurangnya kualitas pelayanan dikarenakan pelayanan yang belum maksimal, lamanya waktu menyajikan makanan, ruangan tidak dingin. Kekurangannya lokasi karna sulit ditemukan, tidak dekat dengan pusat keramaian dan area parkir yang sering penuh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Restoran *Zenbu House Of Mozaru* Batam. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan non probability sampling. Populasi yang diambil adalah pengunjung Restoran *Zenbu House Of Mozaru* Batam. Sampel yang akan diambil merupakan bagian dari data jumlah pengunjung pada bulan Januari 2019 hingga September 2019, yang tercatat jumlah pengunjung Restoran *Zenbu House Of Mozaru* sebanyak 22629 pengunjung. Pada penelitian ini data yang diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 25 untuk mendapatkan hasil yang signifikan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Dengan hasil Uji-t kualitas produk dan lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas pelayanan berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Uji-F kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Zenbu Asia Permata dengan tingkat *r-square* sebesar 48,1% dan sisanya sebesar 51,9% dijelaskan variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian; Kualitas Pelayanan; Kualitas Produk; Lokasi.

ABSTRACT

Many products are distributed at this time, resulting in increasingly competitive competition between entrepreneurs in the culinary field to taking greater consumer confidence. Entrepreneurs in the culinary field are trying to attract and get as many consumers as possible to earn corporate profits. Deficient of purchase decisions due to deficient of product quality caused by the many competitors, high prices, portions that don't match, tastes that don't match the consumer's tongue. Deficient of service quality due to services that haven't been maximized, the length of time serving food, the room isn't cold. Deficient of location because it's hard to find, not close to the center of the crowd and parking areas that are often full. This study aims determine the influence of product quality, service quality and location on purchase decisions at Zenbu House Of Mozaru Batam. In this study, researcher used a non-probability sampling technique. The population taken was visitors from Zenbu House Of Mozaru Batam Restaurant. The sample that will be taken consists of data on the number of visitors from January 2019 to September 2019, the number of Zenbu House Of Mozaru Restaurant visitors is 22629 visitors. In this study, the data was processed using the SPSS version 25 application to obtain significant results. Data collection techniques are carried out by diffusing the questionnaire. With the t-Test result of product quality and location are proven to positive and significant effect on purchase decisions and service quality are proven to negative and not significant effect on purchase decisions. The F-Test of product quality, service quality and location together influences the purchase decisions at PT Zenbu Asia Permata with an r-square of 48.1%. and the remaining 51.9% is explained by other variables not included in this study.

Keywords: *Location; Product Quality; Purchase Decision; Service Quality.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si., selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Ibu Rizki Tri Anugrah Bakti, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom.,M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Ibu Sri Afridola, S.E., M.M., selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
6. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang selalu mendoakan dan memberi semangat bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kepada seluruh teman-teman yang senantiasa membantu penulis baik berupa saran maupun kritikan.
8. Kepada pihak Restoran *Zenbu House Of Mozaru* yang telah memberikan peneliti izin untuk melakukan penelitian ini.
9. Kepada para responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner pada penelitian ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat-Nya, Amin.

Batam, 14 Februari 2020

Suryani

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	9
1.3. Batasan Masalah	10
1.4. Rumusan Masalah.....	11
1.5. Tujuan Penelitian	11
1.6. Manfaat Penelitian	12
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	12
1.6.2. Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Teori	14
2.1.1. Kualitas Produk.....	14
2.1.1.1. Pengertian Kualitas Produk.....	14
2.1.1.2. Dimensi Kualitas Produk	15
2.1.1.3. Indikator Kualitas Produk	16
2.1.1.4. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	17
2.1.2. Kualitas Pelayanan.....	17
2.1.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	17
2.1.2.2. Dimensi Kualitas Pelayanan	18
2.1.2.3. Indikator Kualitas Pelayanan	21
2.1.2.4. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.1.3. Lokasi.....	22
2.1.3.1. Pengertian Lokasi.....	22
2.1.3.2. Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Dalam Menentukan Lokasi	23
2.1.3.3. Indikator Lokasi	24
2.1.3.4. Hubungan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	25
2.1.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	25
2.1.4.2. Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian	26
2.1.4.3. Indikator Keputusan Pembelian	28

2.1.4.4.	Hubungan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.2.	Penelitian Terdahulu	29
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	31
2.4.	Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1.	Desain Penelitian	33
3.2.	Operasional Variabel	33
3.2.1.	Variabel Bebas (<i>Independen Variable</i>).....	33
3.2.2.	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	35
3.3.	Populasi dan Sampel	36
3.3.1.	Populasi.....	36
3.3.2.	Sampel.....	37
3.3.2.1.	Teknik Pengambilan Sampel	37
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4.1.	Kuesioner	39
3.4.2.	Observasi.....	40
3.5.	Metode Analisis Data.....	40
3.5.1.	Statistik Deskriptif	41
3.5.2.	Uji Kualitas Data.....	42
3.5.2.1.	Uji Validitas	42
3.5.2.2.	Uji Reliabilitas	43
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik	44
3.5.3.1.	Uji Normalitas.....	44
3.5.3.2.	Uji Multikolinearitas	44
3.5.3.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	45
3.5.4.	Uji Pengaruh.....	45
3.5.4.1.	Analisis Regresi Linier Berganda	45
3.5.4.2.	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	46
3.5.5.	Uji Hipotesis.....	46
3.5.5.1.	Uji t (Uji Parsial).....	46
3.5.5.2.	Uji F (Uji Simultan)	47
3.6.	Lokasi dan Jadwal Penelitian	48
3.6.1.	Lokasi Penelitian.....	48
3.6.2.	Jadwal Penelitian	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Profil Responden.....	49
4.1.1.	Profile Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.1.2.	Profile Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.1.3.	Profile Responden Berdasarkan Pendidikan	51
4.2.	Hasil Penelitian	51
4.2.1.	Analisis Deskriptif	51
4.2.1.1.	Variabel Kualitas Produk (X_1).....	52
4.2.1.2.	Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	54
4.2.1.3.	Variabel Lokasi (X_3).....	55
4.2.1.4.	Variabel Keputusan Pembelian (Y)	57

4.2.2.	Uji Validitas Data	58
4.2.2.2.	Hasil Uji Reliabilitas	63
4.2.3.	Uji Asumsi Klasik	64
4.2.3.1.	Uji Normalitas	64
4.2.3.2.	Uji Multikolinearitas	66
4.2.3.3.	Uji Heterokedastisitas	67
4.2.4.	Uji Pengaruh	68
4.2.4.1.	Uji Regresi Linier Berganda	68
4.2.4.2.	Uji Koefisien Determinasi	70
4.3.	Uji Hipotesis	70
4.3.1.	Uji t (Uji Parsial)	70
4.3.2.	Uji F (Uji Simultan)	72
4.4.	Pembahasan	72
4.4.1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Zenbu Asia Permata	72
4.4.2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Zenbu Asia Permata	73
4.4.3.	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Zenbu Asia Permata	74
4.4.4.	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Secara Bersama-sama Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Zenbu Asia Permata	74
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Simpulan	76
5.2.	Saran	76
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1	Menu Makanan.....	2
Gambar 1.2	Mozaru Zenbu	3
Gambar 1.3	Tampak Belakang dan Depan Restoran <i>Zenbu House Of Mozaru</i> Batam.....	4
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4.1	Data Histogram Hasil Uji Normalitas	64
Gambar 4.2	Data Normal P-P Plot Hasil Uji Normalitas Data	65

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	Daftar Produk Makanan Beserta Harga Pada Restoran Jepang di Kota Batam Yang Sejenis Dengan Produk Makanan Di Restoran <i>Zenbu House Of Mozaru</i>	5
Tabel 1.2	Data Jumlah pengunjung PT Zenbu Asia Permata (Restoran <i>Zenbu House Of Mozaru</i>) Di Kota Batam Bulan Januari 2018 sampai September 2019.....	6
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 3.2	Skala Likert	40
Tabel 3.3	Rentang Skala Penelitian	42
Tabel 3.4	Range Validitas	43
Tabel 3.5	Tabel Indeks Koefisien Reliabilitas	43
Tabel 3.6	Jadwal Penelitian.....	48
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	51
Tabel 4.4	Hasil Analisis Deskriptif Pernyataan Variabel X_1	52
Tabel 4.5	Hasil Analisis Deskriptif Pernyataan Variabel X_2	54
Tabel 4.6	Hasil Analisis Deskriptif Pernyataan Variabel X_3	56
Tabel 4.7	Hasil Analisis Deskriptif Pernyataan Variabel Y	57
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Data Kualitas Produk (X_1)	59
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Data Kualitas Pelayanan (X_2)	60
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Data Lokasi (X_3)	61
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Data Keputusan Pembelian (Y).....	62
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Data Variabel <i>Independent</i> dan <i>Dependent</i>	63
Tabel 4.13	Hasil One-Sample Kolmogorov Uji Normalitas Data	66
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinieritas Data.....	67
Tabel 4.15	Hasil Uji Heterokedastisitas Data	68
Tabel 4.16	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	69
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi	70

Tabel 4.18 Hasil Uji t.....	71
Tabel 4.19 Hasil Uji F.....	72

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Isaac dan Michael	38
Rumus 3.2 Rentang Skala	41
Rumus 3.3 Regresi Linier Berganda	46
Rumus 3.4 Uji t	47
Rumus 3.5 Uji F	47