

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN  
RESTORAN MIE GACOAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”  
“Studi Kasus Siswa dan Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta”**

**SKRIPSI**



**Penelitian Oleh :**

**Elrio Banjarnahor**

**11160159**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**2021**

**HALAMAN PENGAJUAN**

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk memenuhi Sebagian Syarat – syarat

Guna memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

Disusun oleh :

Elrio Banjarnahor

11160159

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2021**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elrio Banjarnahor  
NIM : 11160159  
Program studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Restoran Mie Gacoan Daerah Istimewa Yogyakarta”**

**“Studi Kasus Siswa dan Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta

Pada Tanggal : 05 Agustus 2022

Yang menyatakan



(Elrio Banjarnahor)

NIM : 11160159

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi Dengan Judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN  
RESTORAN MIE GACOAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA  
(Studi Kasus Siswa Dan Mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta)**

Telah diajukan dipertahankan oleh :

**ELRIO BANJARNAHOR**

**11160159**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

**Fakultas Bisnis**

**Universitas Kristen Duta Wacana**

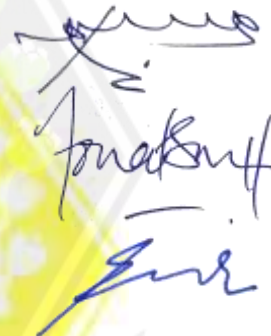
Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen pada tanggal 09 Agustus 2021

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dr. Andreas Ari Sukoco, M.M.,M.Min  
(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)
2. Jonathan Herdioko, SE., MM  
(Dosen Penguji)
3. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., Dipl. Secr, M.M.  
(Dosen Pembimbing/Dosen Penguji)



**Yogyakarta, 24 Agustus 2021**

Disahkan Oleh :

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Perminas Pangeran, M.Si)



(Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D)



## HALAMAN MOTTO

*“ A dream you dream alone is only a dream. A dream you dream together is reality”*

Jhon Winston Ono Lennon

*Learn from the past, live for today and plan for tomorrow* (Belajar dari masa lalu, hidup untuk sekarang, dan berencana untuk hari esok)

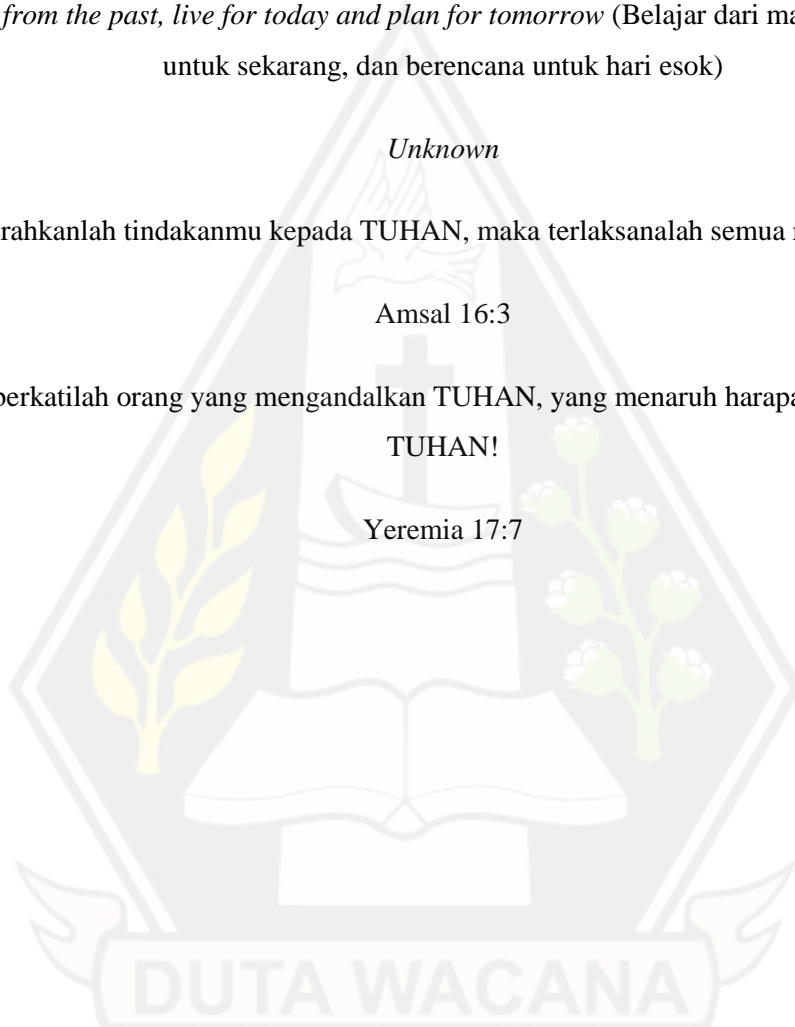
*Unknown*

" Serahkanlah tindakanmu kepada TUHAN, maka terlaksanalah semua rencanamu"

Amsal 16:3

Diberkatilah orang yang mengandalkan TUHAN, yang menaruh harapannya pada  
TUHAN!

Yeremia 17:7



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis panjatkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas anugerah, kesehatan dan semangat, sehingga penulis dapat menyelesaikan matakuliah skripsi manajemen pemasaran dengan judul : “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Restoran Mie Gacoan Daerah Istimewa Yogyakarta (Studi Kasus Siswa dan Mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta)”.

Skripsi manajemen pemasaran ini disusun oleh penulis guna untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen. Tentunya penulis banyak mendapatkan bantuan, dukungan dan bimbingan dari banyak pihak dalam penyusunan dan penulisan skripsi. Dengan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih sebanyak – banyaknya kepada :

1. Tuhan Yesus, atas segala berkat, pemikiran yang diberikan serta pernyertaannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi manajemen pemasaran.
2. Orang tua yang terkasih maupun kakak, abang dan adik, terimakasih atas semua dukungan berupa materiil dan non materiil kepada penulis sehingga skripsi manajemen pemasaran ini dapat terselesaikan.
3. Dosen pembimbing penulis Lucia Nurbani Kartika, S.Pd, Dipl. Secr, MM yang selalu mengajari dengan sabar dalam penyusunan dan penulisan skripsi manajemen pemasaran.
4. Kepada Santi Feronika Situmorang yang telah banyak memberikan masukan dan motivasi dari awal skripsi hingga akhir.
5. Teman – teman kos alibaba (Richat Situmorang, Kevin Bellito, Manuel Tobing dan Stefanus Lim) selalu bertanya kemajuan skripsi dan memberikan semangat kepada penulis.
6. Almamater Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW)

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna oleh karena itu, harapan penulis bahwa informasi dari skripsi ini mampu memberikan manfaat dan dampak yang positif bagi pembaca.

Yogyakarta,.....Juli 2021

Elrio Banjarnahor (11160159)





## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena telah melimpahkan rahmat dan karunianya dalam penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Restoran Mie Gacoan Daerah Istimewa Yogyakarta (Studi Kasus Siswa dan Mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta)” ini dapat diselesaikan dengan baik guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.

Dalam menjalankan dan menyelesaikan penulisan skripsi, penulis menyadari kelemahan serta keterbatasan yang ada sehingga dalam menyelesaikan skripsi ini penulis sangat berterimakasih karena telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis akan menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Perminas Pangeran, SE., MSi., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D., selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
3. Ibu Lucia Nurbani Kartika, S.Pd, Dipl. Secr, MM selaku dosen pembimbing penulis dalam mengerjakan skripsi. Terima kasih atas segala bimbingan, ajaran, dan ilmu – ilmu baru yang diberikan bagi penulis serta waktu yang diberikan untuk melakukan konsultasi di tengah kesibukan yang ada.
4. Bapak Edy Nugroho, SE., MSc., yang telah membantu penulis dalam melakukan pengolahan data skripsi.
5. Orangtua tercinta yang telah banyak memberikan doa dan dukungan baik secara moril maupun materiil sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. William Alexis Simanjuntak dan Arnold Lowres yang telah membantu dan mengajari penulis dalam menguji data SPSS.

7. Santi Feronika Situmorang yang selalu meluangkan waktu untuk mengajari penulis dalam membaca hasil data yang telah diuji oleh peneliti.
8. Stevanus Lim Simanjuntak yang membantu peneliti untuk menyebarkan kuesioner kepada calon responden.
9. Richat Fernando Situmorang yang telah memberikan kesempatan menggunakan komputer untuk menguji data dengan SPSS.
10. Semua pihak dan rekan seperjuangan yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan semuanya.

Yogyakarta,.... . Juli 2021

Penulis

Elrio Banjarnahor

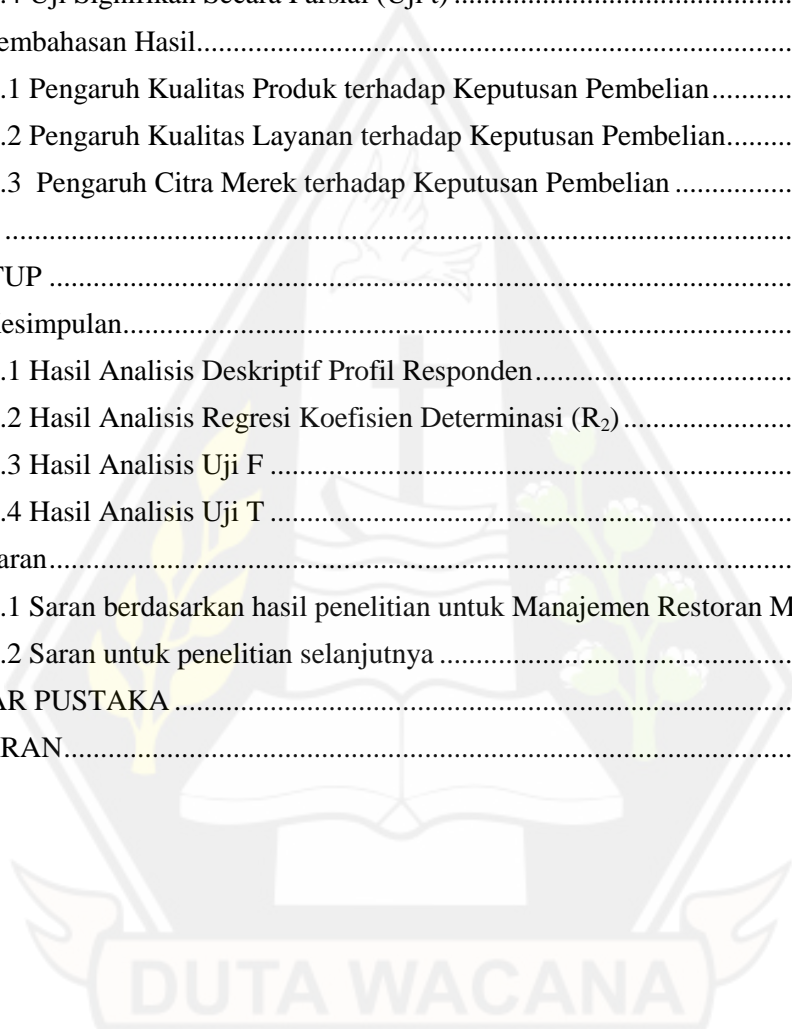


## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAH	
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Batasan Penelitian .....	9
BAB II.....	10
LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Keputusan Pembelian.....	10
2.1.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	11
2.1.2 Tahap – tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	14
2.1.3 Manfaat Keputusan Pembelian .....	17
2.1.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	18
2.2 Kualitas Produk .....	18
2.2.1 Indikator Kualitas Produk.....	20
2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk .....	22
2.3 Kualitas Layanan.....	23
2.3.1 Dimensi Kualitas Layanan.....	25
2.2.2 Karakteristik Kualitas Layanan .....	26

2.2.3 Pengukuran Kualitas Layanan .....	26
2.4 Citra Merek .....	28
2.4.1 Dimensi Citra Merek .....	29
2.4.2 Komponen Citra Merek .....	30
2.5 Penelitian Terdahulu.....	31
2.6 Kerangka Penelitian .....	33
2.7 Hipotesis Penelitian.....	33
2.7.1 Pengaruh Antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.7.2 Pengaruh Antara Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	34
2.7.3 Pengaruh Antara Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	35
<b>BAB III .....</b>	<b>36</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
3.1 Data .....	36
3.1.1 Pengumpulan Data.....	37
3.2 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran .....	39
3.2.1 Definisi Operasional .....	39
3.2.2 Pengukuran Variabel .....	40
3.3 Metode Analisis Data .....	41
3.3.1 Uji Validitas.....	41
3.3.2 Uji Realibilitas .....	41
3.3.3 Analisis Deskriptif .....	43
3.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	43
3.3.5 Koefisien Determinasi ( $r^2$ ).....	44
3.4 Uji F.....	44
3.5. Uji T .....	45
<b>BAB IV .....</b>	<b>46</b>
<b>HASIL PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
4.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	46
4.1.1 Uji Validitas.....	46
4.1.2 Uji Reliabilitas.....	48
4.2 Analisis Deskriptif.....	50
4.2.1 Jenis kelamin .....	50
4.2.2 Usia.....	50
4.2.3 Pendidikan .....	51
4.2.4 Pengeluaran.....	52
4.2.5 Cabang.....	52

4.2.6 Frekuensi Berkunjung.....	53
4.2.7 Menu Favorit .....	53
4.3 Pengujian Statistik.....	54
4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	54
4.3.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	56
4.3.3 Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F).....	57
4.3.4 Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t) .....	58
4.4 Pembahasan Hasil.....	61
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	63
4.4.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian.....	63
4.4.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	64
BAB V .....	66
PENUTUP .....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.1.1 Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden.....	66
5.1.2 Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi ( $R_2$ ).....	67
5.1.3 Hasil Analisis Uji F .....	67
5.1.4 Hasil Analisis Uji T .....	67
5.2 Saran.....	68
5.2.1 Saran berdasarkan hasil penelitian untuk Manajemen Restoran Mie Gacoan ..	68
5.2.2 Saran untuk penelitian selanjutnya .....	69
DAFTAR PUSTAKA .....	70
LAMPIRAN.....	72



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel jumlah restoran dan rumah makan di DIY.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	31
Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	39
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Total .....	48
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk .....	48
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan .....	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek.....	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian .....	49
Tabel 4.7 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.8 Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....	51
Tabel 4.9 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan .....	51
Tabel 4.10 Jumlah Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	52
Tabel 4.11 Jumlah Responden Berdasarkan Cabang .....	52
Tabel 4.12 Jumlah Responden Frekuensi Berkunjung.....	53
Tabel 4.13 Jumlah Responden Berdasarkan Menu Favorit .....	54
Tabel 4.14 Hasil Regresi Linier Berganda.....	55
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	56
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	57
Tabel 4.17 Hasil Uji t .....	58
Tabel 4.18 Tabel Hasil Penelitian .....	62

## DAFTAR GAMBAR

Grafik 1.1 Grafik jumlah restoran dan rumah makan di DIY .....	2
Gambar 2.1 Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan .....	16
Gambar 2.3 Kerangka Penelitian .....	33



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUISIONER PENELITIAN .....	72-78
LAMPIRAN 2 DATA REKAP RESPONDEN .....	79-99
LAMPIRAN 3 HASIL OLAH DATA SPSS .....	100-109
LAMPIRAN 4 HASIL KUESIONER GOOGLE FORM.....	110-121
LAMPIRAN 5 KARTU KONSULTASI.....	122
LAMPIRAN 6 LEMBAR REVISI UJIAN PENDADARAN .....	123
LAMPIRAN 7 FORMULIR REVISI JUDUL SKRIPSI.....	124





## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek terhadap keputusan pembelian pelanggan Restoran Mie Gacoan Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini variabel penelitian terbagi menjadi dua yaitu variabel bebas dan terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek sedangkan variabel terikat adalah keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa dan mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta. Penentuan sampel menggunakan metode non probability sampling, dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling, yaitu siswa atau mahasiswa yang pernah mengunjungi dan membeli produk Mie Gacoan dalam 6 (enam) bulan terakhir. Sedangkan sampel pada penelitian ini sebanyak 100 (seratus) responden. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda yaitu uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji F, dan uji t yang didahului dengan uji instrument penelitian yaitu uji validitas dan uji reabilitas.

Berdasarkan hasil analisis data didapatkan kesimpulan bahwa variabel bebas yaitu kualitas produk dan kualitas layanan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian. Sedangkan variabel citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka dari itu Mie Gacoan perlu memelihara dan memperhatikan kualitas produk dan kualitas layanan demi meningkatkan keputusan pembelian dan juga citra merek guna untuk mendapatkan perlindungan properti intelektual, ciri khas pada perusahaan dan membedakan dengan pesaing. Kesimpulan ini berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek berpengaruh sebesar 35,8% terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian sedangkan sisanya sebanyak 64,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

***Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian Pelanggan Restoran Mie Gacoan Daerah Istimewa Yogyakarta.***

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of product quality, service quality, and brand image on customer purchasing decisions at Mie Gacoan Restaurant, Special Region of Yogyakarta. This research is a quantitative research. In this study, the research variables are divided into two, namely independent and dependent variables. The independent variables in this study are product quality, service quality, and brand image, while the dependent variable is purchasing decisions. The population in this study were students and students of the Special Region of Yogyakarta. Determination of the sample using a non-probability sampling method, with a purposive sampling technique, namely students or students who have visited and purchased Mie Gacoan products in the last 6 (six) months. While the sample in this study were 100 (one hundred) respondents. The data analysis method in this study used multiple linear regression analysis, namely the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) test, F test, and t test, which was preceded by the research instrument test, namely the validity test and reliability test.*

*Based on the results of data analysis, it can be concluded that the independent variables, namely product quality and service quality, have a significant effect on the dependent variable, namely purchasing decisions. While the brand image variable has no significant effect on purchasing decisions. Therefore Mie Gacoan needs to maintain and pay attention to product quality and service quality in order to improve purchasing decisions and also brand image in order to get intellectual property protection, company characteristics and differentiate from competitors. This conclusion is based on the results of the coefficient of determination test (R<sup>2</sup>) which shows that the independent variables, namely product quality, service quality, and brand image have an effect of 35.8% on the dependent variable, namely purchasing decisions while the remaining 64.2% is influenced by other variables that are not researched.*

**Keywords: Product Quality, Service Quality, Brand Image, and Customer Purchase Decision of Mie Gacoan Restaurant, Special Region of Yogyakarta.**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

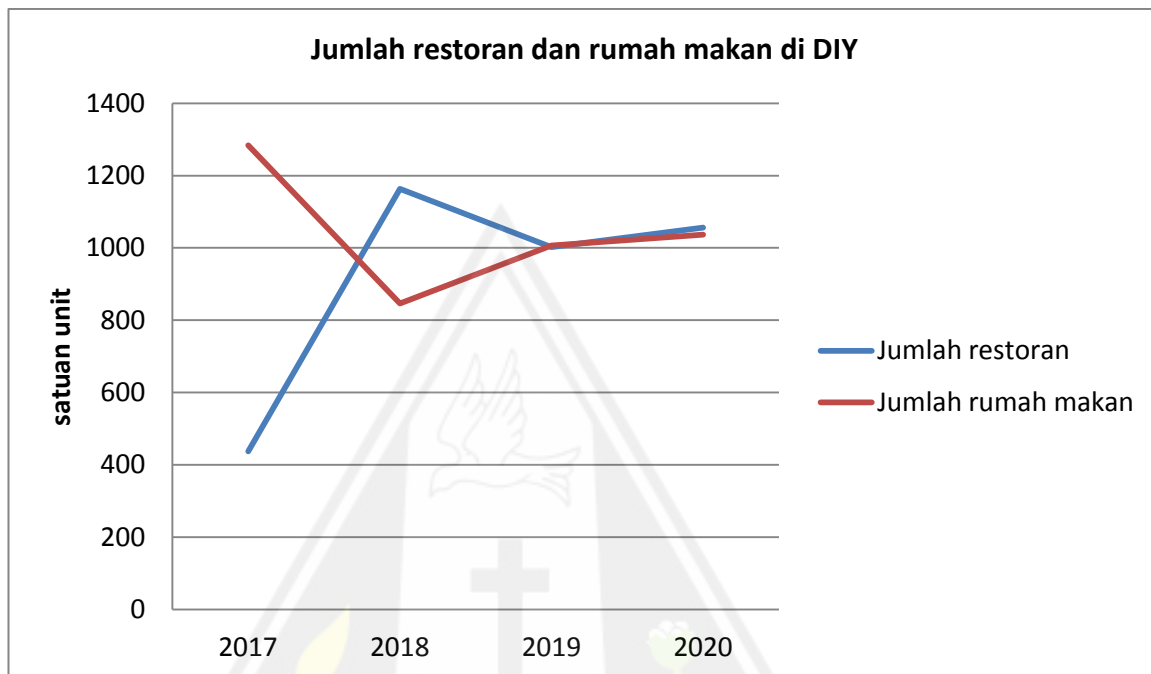
### **1.1 Latar Belakang**

Setiap wilayah memiliki kuliner yang khas, ciri khas ini bisa menjadi daya tarik karena cita rasa maupun kenangan didalamnya. Tidak jarang kuliner menjadi merek yang mengangkat suatu wilayah dan masuk menjadi salah satu sub sektor yang menyumbang ekonomi kreatif di Indonesia. Berdasarkan hasil data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, kuliner adalah sub sektor penyumbang PDB terbesar dari ekonomi kreatif sebesar Rp 1.100 triliun Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sepanjang tahun 2020, jumlah rata-rata setiap tahun sekitar 43% dari total PDB ekonomi kreatif (Badan Ekonomi Kreatif, 2021). Selain untuk memenuhi kebutuhan pencernaan, industri kuliner dipandang memiliki potensi untuk melengkapi gaya hidup masa kini. Tak heran, industri kuliner sedang naik daun dalam beberapa tahun terakhir.

Yogyakarta merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia dan dikenal sebagai kota pelajar. Wilayah Yogyakarta banyak dikunjungi oleh para pendatang, termasuk wisatawan dan pelajar, yang ingin melanjutkan studi ke berbagai institusi pendidikan ternama dan terakreditasi A di kawasan khusus Yogyakarta. Hal ini akan memungkinkan perkembangan bisnis di wilayah Yogyakarta berkembang dengan cepat sehingga menciptakan peluang bisnis yang luas khususnya di bidang kuliner. Di bawah adalah data tingkat perkembangan jumlah restoran dan rumah makan yang ada di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta :

**Grafik 1.1**

**Grafik jumlah restoran dan rumah makan di DIY**



Sumber : [bappeda.jogjaprovo.go.id](http://bappeda.jogjaprovo.go.id), 2021

**Tabel 1.1**

**Tabel jumlah restoran dan rumah makan di DIY**

No	Elemen	Tahun			
		2017	2018	2019	2020
1	Jumlah restoran	437	1163	1002	1056
2	Jumlah rumah makan	1284	846	1007	1037

Sumber : [bappeda.jogjaprovo.go.id](http://bappeda.jogjaprovo.go.id), 2021

Hal yang membedakan antara restoran dan rumah makan tampak dari sistem manajemen, ukuran, penyajian makanan, konsep tempat, dan biaya PPN (pajak pertambahan nilai). Restoran biasanya memiliki sistem manajemen yang tersusun jelas dalam pengelolaannya, ukuran ruangan yang lebih luas, makanan harus dimasak atau diolah terlebih dahulu lalu kemudian disajikan, desain interior yang mewah dan dikenakan biaya PPN rata – rata 10% dari harga menu. Sedangkan di rumah makan biasanya dikelola oleh keluarga, ukuran bidang yang sempit, seluruh menu makanan yang dijual sudah dimasak sebelumnya, sehingga pelayan tinggal menyajikan makanan sesuai pesanan. Konsep tempat di rumah makan lebih banyak mengusung konsep sederhana dan tidak terikat dengan biaya PPN. (restofocus.com, 2019)

Mie merupakan produk makanan yang sangat populer dikarenakan mie adalah salah satu bahan pangan yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia selain beras sebagai bahan pokok untuk makan. Jenis makanan yang terbuat dari tepung ini, baik itu berupa mie instan maupun mie basah dan mie kering kini telah menjadi bahan makanan utama kedua di Indonesia. Terdapat berbagai jenis mie, mulai dari masakan daerah yang mempunyai ciri khas yang berbedakan terdapat banyak variasi, ide kreatif maupun variasi yang beda dengan lain. Mie merupakan salah satu makanan pokok yang populer, dan belakangan ini banyak sekali variasi makanan berdasarkan tepung ini. Salah satu bisnis wisata kuliner mie di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah Mie Gacoan, Mie Gacoan anak perusahaan PT Pesta Pora Abadi yang merupakan restoran mie yang menawarkan *price to quality* terbaik. Mie Gacoan membuka cabang pertamanya di Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 2018 yang berlokasi di Ruko Raflessia Babarsari, Jalan Raya Kledokan No.10, Kledokan, Caturtunggal, Kabupaten Sleman. Dalam waktu kurang lebih dari 2 (dua) tahun Mie Gacoan telah membuka 4 (empat) cabang lainnya di DIY dengan lokasi diantaranya yaitu Jalan Colombo Yogyakarta No.20-2, Mrican, Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Jalan Krasak Timur No.13, Kotabaru, Kecamatan Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Gang Pronocitro No.714-712, Wirogunan,

Kecamatan Mergangsan, Kota Yogyakarta dan Jl. Ngapak - Kentheng, Modinan, Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Peneliti mengambil Mie Gacoan sebagai objek penelitian sebab makanan dan minuman disini dibanderol dengan harga sekitar 10 ribu per porsi, Mie Gacoan bisa dikatakan sukses karena kreativitas dalam mengembangkan suatu usaha yang dapat berjalan dengan lancar, terbukti bahwa Mie Gacoan menjadi salah satu tempat makanan favorit terutama bagi siswa dan mahasiswa, dikarenakan arsitektur bangunan yang modern dan keren, tempat ini cocok dijadikan tempat makan, nongkrong, mengerjakan tugas serta untuk mengambil foto karena memiliki desain interior yang menarik. Selain itu Mie Gacoan dilengkapi dengan fasilitas seperti jaringan wifi, stop kontak, musik terkini, dipastikan akan membuat konsumen merasa nyaman. Mie Gacoan menawarkan menu yang kreatif dan unik seperti mie angel, mie setan dan mie iblis dengan berbagai level kepedasannya, Mie Gacoan juga menawarkan minuman yang kekinian yaitu es genderuwo, es pocong dan es tuyul. Selain itu ada juga aneka dimsum yang menjadi menu tambahan. Menu nama-namaanehdirancang untuk memikat pengunjung. ([www.miegacoan.com](http://www.miegacoan.com), 2021)

Lain dari itu, peneliti juga meneliti perilaku konsumen terhadap produk yang memiliki keunikan dan mempunyai kualitas tinggi, serta pelanggan yang rela mengantri berjam-jam untuk menikmati rasa dari produk yang dihasilkan. Banyak pelanggan yang membeli Mie Gacoan secara berkelompok bersama orang tua, keluarga, teman kuliah, teman kantor. Pelanggan cenderung siap untuk kembali karena variasi level menu yang ditawarkan. Upaya untuk menarik dan mempertahankan pelanggan: keinginan tumbuh dan membuat keputusan pembelian akhir tidak mudah. Banyak faktor bisa mempengaruhi hal ini. Baik faktor internal, yaitu internal kepada pelanggan, maupun pengaruh eksternal, yaitu rangsangan eksternal dari penyedia produk. Dalam hal ini, penyedia produk harus dapat mengidentifikasi perilaku produksi pelanggan dalam proses keputusan pembelian.

Ada Beberapa faktor yang akan mempengaruhi perilaku pelanggan dalam keputusan pembelian mereka. Menurut Setiadi (2011:332), keputusan pembelian

merupakan suatu proses agregat yang menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi setidaknya lebih dari dua alternatif perilaku dan memilih satu diantaranya. Keputusan pembelian adalah aspek pemasaran yang paling penting dan mendasar. Pelanggan, pada kenyataannya memutuskan apakah dia ingin melakukan pembelian atau tidak atas kebijaksanaannya sendiri. Keputusan pelanggan untuk membeli produk Mie Gacoan dapat memandu proses pengambilan keputusan. Pelanggan mempertimbangkan banyak faktor sebelum memutuskan untuk membeli suatu barang. Oleh karena itu, manajemen Mie Gacoan perlu mempertimbangkan secara matang faktor-faktor yang perlu diperhatikan agar dapat menarik perhatian pelanggan dan pada akhirnya melakukan keputusan pembelian. Faktor penting dan utama yang nantinya akan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan ialah meliputi kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek.

Kualitas produk adalah hal penting dan utama yang harus didapatkan oleh Restoran Mie Gacoan apabila ingin produk yang ditawarkan mampu bersaing di pasar. Produk yang ditawarkan kepada pelanggan harus berkualitas, unik dan menarik sehingga pelanggan menjadi tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Penyedia produk yang mempunyai kualitas pada produknya dapat mendorong usahanya untuk bertahan dan mampu bersaing dengan pesaing lain dengan jenis usaha yang sama. Pelanggan tentunya akan mencari produk yang berkualitas karena menginginkan terpenuhinya kebutuhan apabila mengonsumsi produk yang akan dibeli dan banyak pelanggan tidak ada keraguan untuk mengeluarkan biaya yang lebih tinggi untuk mendapatkan kebutuhan dan keinginannya. Sesuai ahi, lebih spesifik Abiwara (2020) mengatakan bahwa klien dalam menentukan pilihan pembelian suatu barang pada awalnya akan mengevaluasi sifat barang tersebut. Makanan berkualitas pasti akan lebih disukai oleh klien.

Setelah faktor kualitas barang, kualitas administrasi merupakan salah satu elemen berbeda yang dapat mempengaruhi klien dalam menentukan pilihan pembelian. Dampak dari pelayanan terhadap keputusan pembelian juga penting karena pelayanan pada hakekatnya merupakan bentuk evaluasi pelanggan

terhadap tingkat pelayanan yang diberikan dan diterima pada tingkat pelayanan yang diberikan oleh karyawan atau penyedia produk. Mie Gacoan dapat membantu konsumen membuat keputusan pembelian yang lebih baik dengan meminimalkan pengalaman yang tidak menyenangkan kepada pelanggan dan memaksimalkan pengalaman yang menyenangkan dalam mengonsumsi produk. Hal ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan jika pelayanan diberikan kepada konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya (Fitrianty, 2018). Kualitas pelayanan merupakan hal yang penting bagi perusahaan yang menjalankan bisnis di bidang industri makanan. Kualitas pelayanan dapat membantu konsumen membangun hubungan yang kuat, sehingga kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan meningkatkan pembelian konsumen pada Mie Gacoan.

Faktor lain yang bisa mempengaruhi konsumen dalam proses pengambilan keputusan adalah citra merek. Kehadiran merek dipandang sebagai pilar bisnis untuk meyakinkan konsumen agar menggunakan produknya. Merek yang ditawarkan oleh penyedia produk harus memiliki karakteristik tersendiri sehingga dapat membedakannya dari pesaing yang sama. Salah satu yang menjadikan pertimbangan kepada pelanggan dalam melakukan keputusan pembelian adalah citra merek dari produk tersebut. Agar mengetahui dan mempengaruhi keputusan pembelian, penyedia produk perlu memiliki citra merek yang positif di benak pelanggan. Penyedia produk yang berhasil membangun merek yang kuat akan mendapatkan nilai tambah dari penyedia produk lain. Perusahaan yang memiliki citra merek yang baik di benak pelanggan dapat memberikan banyak manfaat dalam berbisnis salah satunya yaitu menciptakan keunggulan kompetitif. Pelanggan pada umumnya lebih mungkin akan menerima produk yang memiliki citra merek yang baik, sehingga pelanggan cenderung akan membeli produk dengan citra merek yang kuat dari pada merek produk yang lemah. Citra kuat dapat dilihat dari kepercayaan pada produk, citra atau simbol yang ditampilkan serta kesan yang dirasakan pada produk tersebut.



## **1.2 Rumusan masalah :**

Dalam konteks fenomena latar belakang tersebut, penulis dapat merumuskan beberapa pertanyaan penelitian dibawah ini :

1. Apakah variabel kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan restoran Mie Gacoan Daerah Istimewa Yogyakarta ?
2. Apakah variabel kualitas layanan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan restoran Mie Gacoan Daerah Istimewa Yogyakarta ?
3. Apakah variabel citra merek mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan restoran Mie Gacoan Daerah Istimewa Yogyakarta ?

## **1.3 Tujuan Penelitian :**

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, penulis menentukan tujuan penelitian yaitu :

1. Penulis ingin menganalisa apakah variabel kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan restoran Mie Gacoan Daerah Istimewa Yogyakarta
2. Penulis ingin menganalisa apakah variabel kualitas layanan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan restoran Mie Gacoan Daerah Istimewa Yogyakarta
3. Penulis ingin menganalisa apakah variabel citra merek dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan restoran Mie Gacoan Daerah Istimewa Yogyakarta

#### **1.4 Manfaat Penelitian :**

Melalui penelitian ini, hasilnya diharapkan dapat memberikan manfaat baik bagi beberapa, antara lain:

1. Manfaat Bagi Peneliti :

Analisis bisa menerapkan fiksiasi mereka pada ilmu bisnis, terutama menampilkan, untuk membangun wawasan dan keterlibatan mereka dengan menyusun artikel dan pemeriksaan logis. Pemeriksaan ini juga diharapkan dapat memberikan data tambahan kepada para ilmuwan mengenai pengaruh faktor kualitas barang, faktor kualitas administrasi dan faktor citra merek terhadap pilihan pembelian klien di Mie Gacoan di Daerah Istimewa Yogyakarta..

2. Manfaat Bagi Restoran Mie Gacoan Daerah Istimewa Yogyakarta

Diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu Mie Gacoan untuk lebih memahami pengaruh dan manfaat ke 3 (tiga) variabel bebas tersebut dalam variabel terikat. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi sumber informasi bagi Mie Gacoan dalam pengambilan keputusannya untuk tetap terus bersaing di industri kuliner.

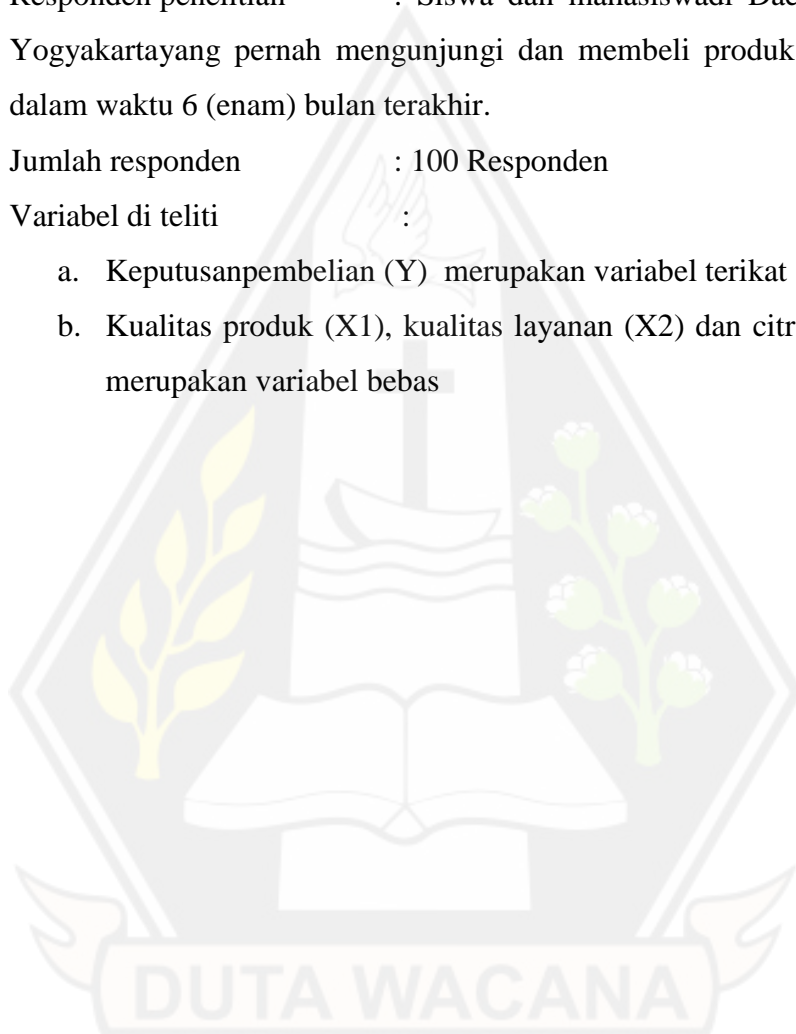
3. Bagi Akademisi

Diterima bahwa penelitian ini dapat digunakan sebagai jaminan untuk penelitian yang dibedakan oleh pertunjukan dan sebagai pusat informasi untuk penyelidikan lebih lanjut, membantu memperluas data bagi mahasiswa yang ingin mempertimbangkan bisnis kuliner.

### 1.5 Batasan Penelitian :

Batasan penelitian ditentukan sehingga isi menjadi lebih eksplisit, berpikir kritis tergantung pada batasan tertentu :

1. Lokasi penelitian : Daerah Istimewa Yogyakarta
2. Waktu penelitian : Februari - Juli 2021
3. Responden penelitian : Siswa dan mahasiswadi Daerah Istimewa Yogyakarta yang pernah mengunjungi dan membeli produk Mie Gacoan dalam waktu 6 (enam) bulan terakhir.
4. Jumlah responden : 100 Responden
5. Variabel di teliti :
  - a. Keputusan pembelian (Y) merupakan variabel terikat
  - b. Kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2) dan citra merek (X3) merupakan variabel bebas



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel komponen kualitas barang, kualitas administrasi, dan citra merek terhadap pilihan pembelian di Mie Gacoan Yogyakarta. Pengujian tersebut menggunakan contoh 100 responden dimana responden dalam pengujian ini adalah sebagian besar warga Daerah Istimewa Yogyakarta yang pernah mengunjungi cabang Mie Gacoan di Daerah Jarang Yogyakarta dan membeli barang dalam waktu 6 (enam) bulan terakhir mulai dari Januari 2021 hingga Juni 2021. Sebelum menyebarkan jajak pendapat kepada 100 responden, ilmuwan awalnya mencoba legitimasi dan ketergantungan dengan informasi terkini. Setelah semua hal pernyataan dalam jajak pendapat dinyatakan substansial, maka pada saat itu pemeriksaan dapat dilanjutkan ke tahap dan eksplorasi berikutnya.

##### **5.1.1 Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden**

- a. Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil deskriptif responden yang pernah mengunjungi dan membeli produk Mie Gacoan berdasarkan gender laki – laki 51% dan perempuan 49%.
- b. Lalu berdasarkan usia, hasil analisis deskriptif profil responden adalah mayoritas remaja dengan usia 21 – 23 tahun yang berjumlah 33%.
- c. Lalu berdasarkan pendidikan, hasil analisis deskriptif profil responden adalah mahasiswa dengan tingkat pendidikan S1 yang berjumlah 37%.
- d. Lalu berdasarkan pengeluaran, hasil analisis deskriptif profil responden pengeluaran per bulan yang terbanyak adalah 1.000.001 – 2.000.000 yang berjumlah 27%.
- e. Lalu berdasarkan cabang, hasil analisis deskriptif profil responden mayoritas mengunjungi cabang di Jalan Colombo dengan jumlah 29% responden.

- f. Lalu berdasarkan frekuensi, hasil analisis deskriptif profil responden frekuensi berkunjung tertinggi adalah >4 kali dengan jumlah 31%.
- g. Dan yang terakhir menu, hasil analisis deskriptif profil responden menu yang banyak disukai oleh responden adalah mie iblis sebesar 54% dengan rasa pedas manis dan mie setan dengan varian pedas gurih sebesar 46% .

### **5.1.2 Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi ( $R_2$ )**

Hasil akhir tergantung pada hasil pengujian koefisien jaminan bahwa faktor bebas seperti kualitas barang tertentu, kualitas administrasi dan citra merek berpengaruh sebesar 35,8% terhadap variabel terikat, khususnya pilihan pembelian di Mie Gacoan. Daerah Yogyakarta. Selain itu, kelebihan 64,2% dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dikeluarkan dari pemeriksaan ini.

### **5.1.3 Hasil Analisis Uji F**

Mengingat uji informasi yang telah diselesaikan oleh spesialis, konsekuensi dari pemeriksaan informasi investigasi kekambuhan koefisien jaminan yang terkandung dalam Bagian IV, akhirnya adalah bahwa faktor otonom kualitas barang, kualitas administrasi dan citra merek bersama-sama (*energizers*) mempengaruhi variabel terikat, khususnya pilihan beli dengan kemungkinan senilai 0,000.

### **5.1.4 Hasil Analisis Uji T**

Berdasarkan uji informasi yang telah dilakukan oleh analis, konsekuensi dari uji T-investigasi dapat dimaklumi bahwa variabel citra merek agaknya tidak berpengaruh terhadap pilihan pembelian di Mie Gacoan. Sementara itu, 2 (dua) faktor bebas lainnya, khususnya kualitas barang dan kualitas administrasi, sedikit banyak mempengaruhi variabel terikat, yaitu pilihan pembelian tertentu di Rumah Makan Mie Gacoan Daerah Istimewa Yogyakarta.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran berdasarkan hasil penelitian untuk Manajemen Restoran Mie Gacoan**

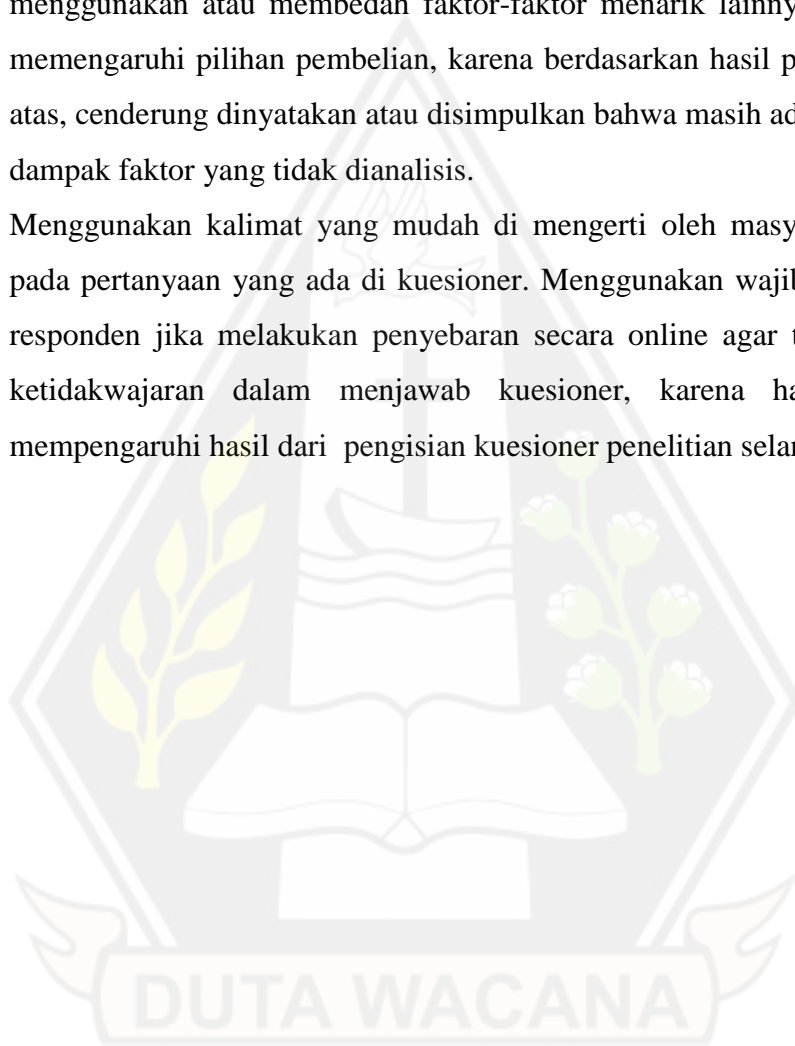
Mengingat efek samping dari berbagai tes informasi pemeriksaan kekambuhan langsung yang telah dilakukan oleh analis mengenai dampak kualitas barang, kualitas administrasi, dan citra merek pada pilihan pembelian di Mie Gacoan di Daerah Istimewa Yogyakarta, gagasan itu yang dapat diberikan oleh ilmuwan untuk penyelenggaraan Rumah Makan Mie Gacoan di Daerah Yogyakarta adalah sebagai berikut :

1. Melihat dari hasil yang peneliti lakukan, Restoran Mie Gacoan Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki produk berkualitas dan pelayanan baik di mata masyarakat. Diharapkan pihak manajemen dan karyawan dapat mempertahankan hal tersebut. Melihat semakin maraknya corona di Daerah Istimewa Yogyakarta diharapkan pengelola tempat memberikan aturan protokol kesehatan yang sesuai dengan peraturan pemerintah seperti mengecek suhu tubuh, menjaga jarak antara pelanggan dan karyawan serta pelanggan ke pelanggan lainnya, menyediakan tempat untuk mencuci tangan, memberikan alat makan habis pakai dan wajib masker guna untuk mengurangi penyebaran covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Saran berikutnya yang peneliti dapat sampaikan yaitu pihak manajemen diharapkan aktif dalam menggunakan media sosial untuk menjangkau para milenial dalam menyampaikan event ataupun promosi yang akan dilakukan oleh Mie Gacoan Daerah Istimewa Yogyakarta, guna untuk mendapatkan konsumen baru. Walaupun citra merek tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada pelanggan namun hal ini harus tetap di jaga karena dapat memberikan manfaat seperti merek bisa mendapatkan perlindungan properti intelektual, ciri khas pada perusahaan dan membedakan dengan pesaing.

### **5.2.2 Saran untuk penelitian selanjutnya**

Mengingat konsekuensi eksplorasi dilakukan oleh para analis, maka ide-ide dapat dikemukakan oleh para ilmuwan untuk pemeriksaan tambahan ialah sebagai berikut::

1. Untuk pemeriksaan selanjutnya, dipercaya bahwa para ahli dapat menggunakan atau membedah faktor-faktor menarik lainnya yang dapat memengaruhi pilihan pembelian, karena berdasarkan hasil penelusuran di atas, cenderung dinyatakan atau disimpulkan bahwa masih ada 64.2 % dari dampak faktor yang tidak dianalisis.
2. Menggunakan kalimat yang mudah di mengerti oleh masyarakat umum pada pertanyaan yang ada di kuesioner. Menggunakan wajib email pada responden jika melakukan penyebaran secara online agar terhindar dari ketidakwajaran dalam menjawab kuesioner, karena hal ini dapat mempengaruhi hasil dari pengisian kuesioner penelitian selanjutnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adelia Athaya Dzakiyyah, N. N. (2020). Kekuatan Social Media Dan Word Of Mouth Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restorant Mie Seudah Pisan (Mie SP) Sukabumi. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan) . *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis* .
- Asfandita, E. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Mie Setan Noodle dan Dimsum Gresik. *skripsi*.
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah. (2021). *Aplikas Dataku Daerah Istimewa Yogyakarta*. Dipetik april 12, 2021,dari [bappeda.jogjaprov.go.id](http://bappeda.jogjaprov.go.id): [http://bappeda.jogjaprov.go.id/dataku/data\\_dasar/cetak/218-restoran-dan-rumah-makan](http://bappeda.jogjaprov.go.id/dataku/data_dasar/cetak/218-restoran-dan-rumah-makan)
- Dewi Ratna Sari, S. H. (2020). Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Mie Korea (Survei pada Pengunjung Kedai Mie Korea) . *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen Vol. 2, No. 1 (Januari – April): 31-42* .
- Firmansyah. (2019). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, harga dan brand image terhadap keputusan pembelian Kober Mie Setan di Kota Malang. *Management and Business Review, 3 (2) 2019, 116 - 123*.
- Garatu, Timotius. 2013. Pengaruh Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Ramayana Motor Poso, Sulawesi Tengah. *Jurnal Ekonomi*. Vol. 13, No. 1.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20.Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I.(2006). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I.(2009). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang :Universitas Dipenogoro.



- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Grfiin, Ricky W. 2007, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 20, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kementrian pariwisata dan ekonomi kreatif. (2021, maret 28). *Sri Mulyani : Industri kuliner jadi penyumbang terbesar pertumbuhan ekonomi kreatif*. Dipetik april 12, 2021, dari Kemenparekraf / Baparekraf Republik Indonesia: <https://kemenparekraf.go.id/news/sri-mulyani-industri-kuliner-jadi-penyumbang-terbesar-pertumbuhan-ekonomi-kreatif>
- Mie Gacoan. (2021). *Profil Mie gacoan*. Dipetik maret 08, 2021, dari miegacoan.com: <http://www.miegacoan.com/>
- Restofocus. (2017, januari 8). *8 Hal yang membedakan antara restoran dan rumah makan*. Dipetik april 20, 2021, dari restofocus.com: <https://www.restofocus.com/2017/01/8-hal-yang-membedakan-antara-restoran.html>
- Sugiarto. 2013. Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Manajemen. Vol. 2. No.2
- Sugiyono. (2014). Metode penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta .
- Sumarwan, U. (2014). Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran . Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryani, T. (2013). Perilaku Konsumen Implikasi pada strategi pemasaran. Yogyakarta : Graha Ilmu.