

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN GUDEG YU DJUM
DI YOGYAKARTA**



Disusun Oleh:

FRELIKS DEMMATACCO

11130046

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

2018

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN GUDEG YU DJUM
DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

FRELIKS DEMMATACCO

11130046

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

2018

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN GUDEG YU DJUM
DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh:

Freliks Demmatacco

NIM : 11130046

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2018**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GUDEG YU
DJUM DI YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

FRELIKS DEMMATACCO

11130046

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

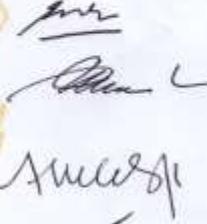
Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi pada tanggal **06 JUN 2018**

Nama Dosen

1. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., MM
(Ketua Tim)
2. Drs. Purawan Hardiyanto, MEcDev
(Dosen Penguji)
3. Dra. Purwani Retno Andalas, MM
(Dosen Pembimbing)

Tanda Tangan

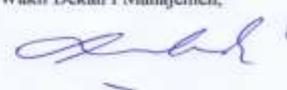


Yogyakarta, **28 JUN 2018**

Disahkan oleh :

Dekan,

DR. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,

Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GUDEG YU DJUM DI YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 28 MAY 2010



Freliks Demmatacco

11130046

HALAMAN MOTTO

**“Hai anak-anak, taatilah orang tuamu dalam segala hal, karna itulah indah
di dalam Tuhan”**

(Kolose 3:20)

**Jangan seorangpun menganggap engkau rendah karena engkau muda.
Jadilah teladan bagi orang-orang percaya,
dalam perkataanmu, dalam tingkah lakumu, dalam kasihmu,
dalam kesetiaanmu dan dalam kesucianmu”**

1 Timotius 4:12

**“Dengarkanlah nasihat dan terimalah didikan,
supaya engkau menjadi bijak
di masa depan”**

Amsal 9:20

HALAMAN PERSEMBAHAN

The Script Present For :

- ✚ ALLAH didalam Nama Yesus Kristus.
- ✚ Kedua Orang tua saya,.Frederik Demmatacco SST, MT dan Elisabeth Talakua ST MT
- ✚ Kakak Triska Demmatacco, SH,MH bersama suaminya Ian Kilykily dan Ponakan kesayangan Acheira EL Shadday serta kekasih saya Sally R Solissa
- ✚ Dosen Pembimbing saya Dra, Purwani Retno A, MM
- ✚ Seluruh Dosen Fakultas Bisnis UKDW.
- ✚ Almamater Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW)
- ✚ Sahabat Gandong
- ✚ Teman-teman Fakultas Bisnis 2013

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Gudeg Yu Djum di Jogjakarta*” ini dengan baik.

Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang telah ditetapkan oleh Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta untuk meraih gelar S1 di bidang Manajemen.

Selanjutnya dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasih yang tidak berkesudahan dalam kehidupan saya. Di mana penyertaan yang sempurna dari awal perkuliahan hingga selesainya penulisan Skripsi ini, tangan Tuhan selalu menopang.
2. Keluarga tercinta saya yaitu Papa edy, Mama itje , selalu memberikan dukungan lewat doa, motivasi, semangat, nasehat dan kasih sayang yang tulus dan telah memberikan kepada saya kepercayaan penuh sehingga dapat menyelesaikan kuliah saya dan Skripsi ini tepat waktu dan terselesaikan dengan baik.

3. Kakak tercinta bersama suami dan ponakan: Triska, Ian dan Acheira El Shadday
4. Kekasih saya Sally Rosdiana Solissa dan Keluarga yang senantiasa mendukung saya dalam proses penyusunan skripsi sampai sekarang ini.
5. Bapak Dr. Singgih Santoso, MM, selaku dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
6. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D, selaku wakil dekan 1 Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
7. Ibu Dra. Purwani Retno A, MM, selaku Pembimbing Skripsi yang baik dan telah sabar memberikan bimbingan dan saran-saran dalam penulisan Skripsi ini hingga selesai tepat waktu.
8. Semua keluarga terkasih di kota Ambon yang tak pernah berhenti memberikan motivasi dan doa kepada saya.
9. Sahabat tersayang yaitu Gandong (Guntur,Reky,Josua, Richard, Rolan, Bagus, kak acul, dan Gigi dan Nona Nensya) yang mana sudah melewati masa susah dan senang selama kuliah bersama-sama dan selalu menjadi saudara yang setia disaat merantau dan jauh dari keluarga, kalian juga yang menjadi motivator yang baik untuk saya menyelesaikan penulisan Skripsi ini.
10. Pak Edy Nugroho, SE., MSc. yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam mengolah data skripsi.
11. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi penyempurnaan Penulisan ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pengguna pada umumnya.

Yogyakarta, 25 Mei 2018

Penulis,

Freliks Demmatacco

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL 1	i
HALAMAN JUDUL 2	ii
HALAMAN PENGAJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
INTISARI	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Sistematika Penulisan	8
BAB II. LANDASAN TEORI	10
2.1. Landasan Teori.....	10

2.1.1. Pengertian Pemasaran	10
2.1.2. Perilaku Konsumen	11
2.1.3. Restoran.....	16
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	18
2.1.5. Kualitas Produk.....	21
2.1.6. Kualitas Pelayanan	25
2.2. Penelitian Terdahulu	29
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis	32
BAB III. METODE PENELITIAN	34
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	34
3.1.1. Variabel Penelitian.....	34
3.1.2. Definisi Operasional.....	35
3.2. Penentuan Populasi dan Sampel.....	38
3.2.1. Populasi	39
3.2.2. Sampel	39
3.3. Jenis dan Sumber Data	40
3.3.1. Data Primer	40
3.3.2. Data Sekunder	40
3.4. Metode Pengumpulan Data	40
3.4.1. Kuesoiner	40
3.4.2. Observasi	41
3.4.3. Studi Pustaka.....	41
3.5. Metode Analisis Data.....	41

3.5.1 Analisis Kuantitatif.....	41
BAB IV. HASIL PENELITIAN	47
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	47
4.1.1. Objek Penelitian	47
4.1.2. Sejarah Gudeg Yu Djum.	47
4.2. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	49
4.2.1. Analisis Validitas	49
4.2.2. Analisis Reliabilitas	50
4.2.3. Analisis Deskriptif	51
4.2.4. Koefisien Determinasi	55
4.2.5. Analisa Regresi Linier Berganda	56
4.3. Pembahasan Hasil	60
BAB V. PENUTUP	61
5.1. Kesimpulan	61
5.2. Saran	63
5.2.1. Saran Berdasarkan Hasil Penelitian untuk Restoran Gudeg Yu Djum	63
5.2.2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	
Formulir Revisi Judul Skripsi	68

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.4. Jumlah Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.5. Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan	53
Tabel 4.6. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4.7. Jumlah Responden Berdasarkan Pengeluaran	54
Tabel 4.8. Analisis Regresi Untuk Koefisien (R^2) Model Summary	55
Tabel 4.9. Hasil Regresi Linier Berganda Coefficients	56
Tabel 4.10. Hasil Uji F (F test) ANOVA	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Pengambilan Keputusan Konsumen.....	18
Gambar 2.2. Model dimensional dari Variabel Keputusan Pembelian.....	21
Gambar 2.3. Model Dimensional dari Variabel Kualitas Produk	24
Gambar 2.4. Model dimensional dari Variabel Kualitas Pelayanan	28
Gambar 2.5. Kerangka Pemikiran Teoritis	33

©UKDW

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Pengambilan Keputusan Konsumen.....	19
Gambar 2.2. Model dimensional dari Variabel Keputusan Pembelian.....	21
Gambar 2.3. Model Dimensional dari Variabel Kualitas Produk	25
Gambar 2.4. Model dimensional dari Variabel Kualitas Pelayanan	29
Gambar 2.5. Kerangka Pemikiran Teoritis	34

©UKDW

ABSTRAK

Freliks Demmatacco: Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, Januari 2018. Analisa Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Gudeg Yu Djum di Yogyakarta. Pembimbing, Dra. Purwani Retno A, MM

Proses pengambilan keputusan pembelian setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya. Inilah yang melatarbelakangi penulis untuk melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada restoran Gudeg Yu Djum di Yogyakarta, Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuisener, sampel yang digunakan sebanyak 125 responden

Proses penyelesaian masalah ini menggunakan metode analisis statistic regresi linier berganda untuk menganalisa factor – factor yang mempengaruhi kualitas produk antara lain Lezat, sesuai dengan harapan, produk higienis, penyajian menarik, porsinya pas dan menu bervariasi sedangkan kualitas pelayanannya yaitu: kenyamanan, kerapian dalam berpakaian, ketepatan pelayanan makanan kecepatan pelayanan, pengetahuan /pendidikan karyawan, komunikasi yang baik, perhatian terhadap keluhan konsumen dan perhatian individual.

Berdasarkan hasil pengujian maka diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada restoran Gudeg Yu Djum di Yogyakarta dengan tingkat signifikan yaitu $0,000 < 0,005$ sehingga hipotesis di terima. Sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada restoran Gudeg Yu Djum di Yogyakarta dengan tingkat signifikan yaitu $0,428 \geq 0,005$ sehingga hipotesis ditolak.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Regresi linier berganda Gudeg Yu Djum

ABSTRACT

Freliks Demmatacco: Faculty of Business Management Studies Program Christian University Duta Wacana Yogyakarta, January 2018. Analysis of Product Quality Influence and Service Quality Against Purchasing Decision At Restaurant Gudeg Yu Djum in Yogyakarta. Advisor, Dra. Purwani Retno A, MM

The decision making process of each person's purchase on the basis of the same is the same, but the decision-making process will be colored by personality traits, age, income and lifestyle. This is the background of the author to conduct research on the effect of product quality and service quality to purchase decisions at restaurants Gudeg Yu Djum in Yogyakarta, Data collection method used is the distribution of quizener, the sample used as much as 125 respondents

The process of solving this problem using multiple linear regression statistic analysis method to analyze the factors that influence the quality of the product include Delicious, in accordance with expectations, higeinis products, attractive presentation, portion fits and varied menu while the quality of service are: comfort, tidiness in dress, accuracy of food service speed of service, knowledge / education of work, good communication, attention to consumer complaints and individual attention.

Based on the test results it is known that product quality significantly influence the purchase decision at restaurant Gudeg yu djum in Yogyakarta with a significant level of $0.000 < 0.005$ so that the hypothesis is received. While the quality of service does not significantly influence the purchase decision at restaurant Gudeg Yu Djum in Yogyakarta with tangka significant ie $0.428 \geq 0.005$ so the hypothesis is rejected

ABSTRAK

Freliks Demmatacco: Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, Januari 2018. Analisa Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Gudeg Yu Djum di Yogyakarta. Pembimbing, Dra. Purwani Retno A, MM

Proses pengambilan keputusan pembelian setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya. Inilah yang melatarbelakangi penulis untuk melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada restoran Gudeg Yu Djum di Yogyakarta, Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuisener, sampel yang digunakan sebanyak 125 responden

Proses penyelesaian masalah ini menggunakan metode analisis statistic regresi linier berganda untuk menganalisa factor – factor yang mempengaruhi kualitas produk antara lain Lezat, sesuai dengan harapan, produk higienis, penyajian menarik, porsinya pas dan menu bervariasi sedangkan kualitas pelayanannya yaitu: kenyamanan, kerapian dalam berpakaian, ketepatan pelayanan makanan kecepatan pelayanan, pengetahuan /pendidikan karyawan, komunikasi yang baik, perhatian terhadap keluhan konsumen dan perhatian individual.

Berdasarkan hasil pengujian maka diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada restoran Gudeg Yu Djum di Yogyakarta dengan tingkat signifikan yaitu $0,000 < 0,005$ sehingga hipotesis di terima. Sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada restoran Gudeg Yu Djum di Yogyakarta dengan tingkat signifikan yaitu $0,428 \geq 0,005$ sehingga hipotesis ditolak.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Regresi linier berganda Gudeg Yu Djum

ABSTRACT

Freliks Demmatacco: Faculty of Business Management Studies Program Christian University Duta Wacana Yogyakarta, January 2018. Analysis of Product Quality Influence and Service Quality Against Purchasing Decision At Restaurant Gudeg Yu Djum in Yogyakarta. Advisor, Dra. Purwani Retno A, MM

The decision making process of each person's purchase on the basis of the same is the same, but the decision-making process will be colored by personality traits, age, income and lifestyle. This is the background of the author to conduct research on the effect of product quality and service quality to purchase decisions at restaurants Gudeg Yu Djum in Yogyakarta, Data collection method used is the distribution of quizener, the sample used as much as 125 respondents

The process of solving this problem using multiple linear regression statistic analysis method to analyze the factors that influence the quality of the product include Delicious, in accordance with expectations, higeinis products, attractive presentation, portion fits and varied menu while the quality of service are: comfort, tidiness in dress, accuracy of food service speed of service, knowledge / education of work, good communication, attention to consumer complaints and individual attention.

Based on the test results it is known that product quality significantly influence the purchase decision at restaurant Gudeg yu djum in Yogyakarta with a significant level of $0.000 < 0.005$ so that the hypothesis is received. While the quality of service does not significantly influence the purchase decision at restaurant Gudeg Yu Djum in Yogyakarta with tangka significant ie $0.428 \geq 0.005$ so the hypothesis is rejected

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini persaingan di pasar domestik maupun internasional bisa disebut sangat kompetitif. Hal ini karena banyak pesaing bisnis yang bergerak dibidang produk atau jasa yang serupa.

diferensiasi unik dan *positioning* yang jelas sehingga konsumen dapat membedakan dengan para pesaingnya. Menurut Mitchell (dalam Rahmawati, 2008) para pelaku bisnis harus menyiapkan strategi agar dapat menyenangkan hati dan membangun rasa antusias konsumen menjadi suatu *experience* didalam mengkonsumsi produk dan jasa, sehingga akan membuat mereka terkesan. Oleh karena itu diperlukan sebuah paradigma untuk menggeser sebuah pemikiran tradisional dalam kategori bisnis *food service* khususnya restoran, yang sebelumnya hanya menyediakan menu hidangan (makanan dan minuman) saja menjadi sebuah konsep modern yang menawarkan suatu pengalaman yang tidak terlupakan. Penciptaan suasana yang nyaman didukung dengan desain interior unik dan tersedianya berbagai fasilitas tambahan seperti hiburan musik *live*, *wifi* serta sejenisnya merupakan daya tarik khusus bagi para *customer* yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Semakin berkembangnya usaha *food service* ini seringkali dikaitkan dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi. Hal ini sering dihubungkan dengan pekerja atau seseorang yang sibuk melakukan aktivitas di luar rumah, baik

itu pria maupun wanita yang selalu mencari sesuatu yang bersifat praktis dan instan dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Salah satunya dengan mencari makanan dan minuman di luar rumah. Menurut Royan (dalam Remiasa & Lukman, 2007) dengan adanya perubahan tersebut, menyebabkan terjadinya pergeseran fungsi sebuah kafe dan restoran, yang melahirkan sebuah fenomena sosial dan budaya baru. Di samping sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan utama yaitu makan dan minum, restoran dan kafe digunakan sebagai tempat untuk berkumpul, bersosialisasi, bertukar pikiran, memperluas jaringan dan bahkan menjadi salah satu tempat untuk melakukan *prospecting business* antar eksekutif perusahaan sehingga dapat dikatakan kebiasaan makan dan minum di luar rumah telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern dan bertambah luas dari fungsi utamanya.

Melihat perkembangan perilaku masyarakat yang semakin berkembang ini secara cerdas dianggap sebagai sebuah peluang bisnis oleh para pelaku usaha di kategori penyajian makanan dan minuman (*food service*) khususnya cafe, rumah makan dan restoran baik secara independen maupun tergabung. Selain hal tersebut, alasan semakin digemarinya usaha pelayanan makanan dan minuman (*food service*) ini menurut Atmodjo (2005) dikarenakan adanya beberapa alasan, yaitu :

1. Potensi pasar dalam kategori ini sangat besar dan akan selalu berkembang
2. Alat-alat penghidang makanan, sistem, kontrol serta pertolongan fisik lainnya yang telah berkembang akan membuat bisnis restoran menjadi semakin mudah dan lancar juga serta semakin menguntungkan

3. Dengan meningkatnya travel, mobilitas serta berbagai hal yang mengakibatkan keadaan tertentu yang menambah alasan untuk makan di luar, mengakibatkan pertumbuhan usaha pelayanan makanan semakin besar.
4. Harga makanan yang menjadi lebih tinggi merupakan kesempatan yang baik untuk mendapatkan banyak uang.

Fenomena semakin menjamurnya bisnis *food service* ini pun berimbas pada Kota Yogyakarta. Hal ini menandakan semakin banyaknya minat pelaku usaha di Yogyakarta untuk berinvestasi di kategori ini.

Menurut Kotler (2005) dalam meningkatkan persaingan masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Untuk memenangkan persaingan yang semakin kompetitif para pelaku usaha dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan bersaing atas produk dan layanannya dalam upaya memuaskan pelanggan. Hal ini sangat penting karena konsep pemasaran menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan (Dharmmesta dan Irawan, 1990). Tanpa adanya *customer*, setiap perusahaan khususnya usaha *food service* akan kehilangan pendapatannya yang berakibat pada jatuhnya bisnis tersebut.

Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya. Menurut Schiffman dan Kanuk (dalam Wijayanti, 2008) secara umum keputusan pembelian adalah seleksi

dari dua atau lebih pilihan alternatif. Tindakan memilih tersebut diperjelas lagi oleh Dharmmesta dan Handoko (1997) sebagai tindakan pengambilan keputusan yang meliputi keputusan tentang jenis dan manfaat produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang penjualnya dan keputusan tentang waktu pembelian serta cara pembayarannya.

Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut istilah keputusan pembelian dapat diartikan sebagai bagian dari perilaku konsumen yang bertujuan untuk menentukan proses pengembangan keputusan dalam membeli suatu barang atau jasa dimana individu terlibat secara langsung mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa yang ditawarkan tersebut. Oleh karena itu kesimpulan terbaik individu untuk melakukan pembelian terbentuk berdasarkan kebutuhan dan keinginannya.

Kualitas produk merupakan faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Pengalaman yang baik atau buruk terhadap produk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak. Sehingga pengelola usaha dituntut untuk menciptakan sebuah produk yang disesuaikan dengan kebutuhan atau selera konsumen.

Bagi perusahaan yang bergerak dibidang kuliner, kualitas pelayanan atau *service quality* menjadi suatu hal yang penting. Parasuraman, *et al* (1985) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah harapan sebagai keinginan para pelanggan ketimbang layanan yang mungkin diberikan oleh perusahaan.

Sedangkan menurut Murdick, *et al* (dalam Assegaf, 2009) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas ekonomi yang memproduksi atau menghasilkan waktu, tempat, bentuk dan kebutuhan atau keperluan psikologis.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan sebuah tingkatan kemampuan (*ability*) dari perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang tidak tampak dan mudah hilang. Variabel ini sangat penting dalam proses keputusan pembelian karena pelayanan yang memuaskan konsumen akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan.

Gudeg Yu Djum Pusat merupakan dapur utama sekaligus warung makan kuliner tradisional Yogyakarta, dirintis oleh seorang yang pantang menyerah bernama Djuwariyah atau lebih dikenal sebagai “Yu Djum”, sejak tahun 1951. Djuwariyah lahir dari keluarga yang terlebih dahulu memiliki bisnis kuliner khas Jogja yaitu Gudeg. Sejak remaja, ia mempunyai cita-cita membangun sebuah rumah makan gudeg miliknya sendiri. Djuwariyah bertekad mewujudkan cita-citanya secara perlahan dengan menjual rumput untuk pakan ternak para tetangga yang berada disekitar rumahnya sebagai modal awal untuk membeli peralatan dan segala macam kebutuhan memasak gudeg.

Pertama kali Djuwariyah menjajakan gudeg buatannya di Kampung Widjilan tepatnya di sebelah selatan Pelengkung Widjilan, saat itu masih berupa lapak kecil dengan meja dan kursi yang sangat sederhana, sedangkan dapur tempat memasak gudeg berada di Kampung Karangasem – Mbarek, Jalan

Kaliurang KM 4,5 CT III/22. Djuwariyah pantang menyerah menjajakan dagangan gudegnya, dengan menggunakan becak pulang-pergi sedikit demi sedikit terkumpul modal untuk membeli tanah dan bangunan rumah. Pada tahun 1985, warung makan Gudeg Yu Djum dibuka di Widjilan. Penggunaan nama Yu Djum berawal dari para pelanggan yang sering memanggil “Yu” yang merupakan singkatan dari mbakyu (panggilan untuk orang yang lebih tua khusus perempuan dalam bahasa Jawa) dan “Djum” yang merupakan nama pendek dari Ibu Djuwariyah itu sendiri.

Dari tahun ke tahun Gudeg Yu Djum mulai dikenal oleh masyarakat Jogja dan sekitarnya. Seiring berkembangnya zaman, pada tahun 1993 dapur utama yang terletak di Kampung Karangasem difungsikan pula sebagai warung makan untuk berjualan gudeg, karena fungsinya sebagai dapur dan warung yang berlokasi di Kampung Karangasem ini disebut sebagai Gudeg Yu Djum Pusat.

Hingga saat ini perkembangan warung makan Gudeg Yu Djum semakin pesat. Beberapa cabang sudah dibangun untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan di beberapa lokasi yang mudah dijangkau dan cenderung strategis.

Berpijak pada uraian latar belakang masalah yang terjadi diatas dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Gudeg Yu Djum di Yogyakarta”**

1.2 Rumusan Masalah

Sejalan dengan latar belakang masalah yang telah dikemukakan maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Restoran Gudeg Yu Djum Yogyakarta?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Restoran Gudeg Yu Djum Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dibentuk karena adanya tujuan-tujuan tertentu untuk dicapai. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Restoran Gudeg Yu Djum Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Restoran Gudeg Yu Djum Yogyakarta

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan memberi kegunaan sebagai berikut :

1. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak manajemen untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya mempertahankan kepercayaan *customer* dengan cara memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian

sehingga restoran ini mampu meningkatkan volume penjualannya. Penelitian ini pun diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan sehingga dapat digunakan dalam menentukan kebijakan kedepannya.

2. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan menambah pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, sehingga dapat menjadi bekal dalam penerapan teori di dunia bisnis dimasa yang akan datang.

3. Bagi para akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi kepustakaan bagi penelitian - penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen.

1.5 **Sistematika Penelitian**

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan ini disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Berisi tentang landasan teori penunjang, penelitian terdahulu yang sejenis, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang hasil dan pembahasan, berisi gambaran umum objek penelitian, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, implikasi manajerial dan teoritis dari hasil peneliti.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komponen variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Gudeg Yu Djum di Yogyakarta. Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah Gudeg Yu Djum. Pengujian menggunakan sampel sebanyak 125 responden yang pernah membeli dan mengkonsumsi Gudeg Yu Djum Yogyakarta, dan didapat kesimpulan sebagai berikut:

a. Analisis Karakteristik Responden

1. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin wanita dengan jumlah 77 responden (77%).
2. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan usia 18-20 tahun yaitu sebanyak 47 orang (47%)
3. Mayoritas responden dalam penelitian ini berlatar belakang pendidikan S1 yaitu sebanyak 71 orang (71%)
4. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki status sebagai mahasiswa yaitu sebanyak 61 orang (61%)
5. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pengeluaran \leq Rp.1.000.000 sebanyak 50 orang (50%)

- b. Dari hasil analisis regresi linier berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Gudeg Yu Djum di Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis penelitian diterima.
2. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Gudeg Yu Djum di Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu $0,428 \geq 0,05$. Hal ini berarti hipotesis penelitian ditolak.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang memerlukan penelitian lanjutan. Beberapa keterbatasan tersebut antara lain:

1. Variabel independen yang digunakan hanya kualitas produk dan kualitas pelayanan.
2. Teknik sampling memakai purposive sampling sehingga responden yang teliti belum dibagi secara merata.
3. Penelitian ini menyesuaikan kuesioner dengan jawaban tertutup yang memaksa responden untuk memberikan jawaban sesuai dengan pilihan-pilihan jawaban yang diberikan.
4. Penelitian ini hanya dilakukan di wilayah Yogyakarta tepatnya di jalan kaliurang km 4 sleman, Yogyakarta.

5.2. Saran

5.2.1. Saran berdasarkan hasil penelitian untuk Gudeg Yu Djum

Ditinjau dari hasil analisis uji regresi linear berganda (uji t, uji F, uji R^2) membuktikan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Gudeg Yu Djum di Yogyakarta. Kemudian dapat kita lihat juga dari hasil perhitungan determinasi (R^2) yang menyatakan bahwa variabel yang penulis teliti yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Gudeg Yu Djum di Yogyakarta sebesar 12%. Berarti sisanya yaitu sebesar 88% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Dari hasil itulah maka saran yang dapat penulis berikan untuk kedepannya bagi produk Gudeg Yu Djum adalah meningkatkan varian-varian produk gudeg agar produk gudeg semakin diminati oleh para konsumen.

5.2.2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka ada beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada penelitian selanjutnya guna melengkapi dan membantu penelitian agar lebih baik kedepan, yaitu :

1. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan tidak hanya berupa pertanyaan tertutup tetapi juga pertanyaan terbuka yang dapat

diajukan kepada responden dengan metode wawancara agar jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden lebih obyektif atau sesuai dengan keadaan responden.

2. Pada penelitian yang mendatang diharapkan peneliti melakukan studi restoran Gudeg Yu Djum melalui variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Karena dari hasil penelitian yang penulis lakukan bahwa nilai adjusted R square adalah 0,12 yang berarti variabilitas variabel dependen (keputusan pembelian di restoran Gudeg Yu Djum) yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independent (kualitas produk dan kualitas pelayanan sebesar 12%. Sedangkan sisanya ($100\% - 12\% = 88\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
3. Wilayah dan skala penelitian pada penelitian selanjutnya dapat diperbesar dan diperluas, penelitian bisa juga melibatkan peran pegawai dari restoran Gudeg Yu Djum.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmodjo, M.W. 2005. Restoran dan Segala Permasalahannya. Yogyakarta: Andi
- A. Zeithaml, V. Parasuraman, A. and L. Berry L. 1985. "Problems and Strategies in Services Marketing". *Jurnal of Marketing* Vol. 49. (Spring).
- Assauri, Sofyan. 2002. Manajemen Pemasaran, dasar, konsep, dan strategi. Cetakan Ketiga, Jakarta : CV. Rajawali
- Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Artono, Andi. 2012. Analysis Of Service, Price and Product Quality on Purchasing Decision Batik in Batik Home PT. Danar Hadi Semarang. *Jurnal Dinamika Manajemen*, vol. 2, no.4.
- C. Mowen, John. Michael Minor. 2002. Perilaku Konsumen. Jakarta. Erlangga
- Dharmmesta. 2000. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi. Yogyakarta: Liberty.
- Dua Lembang, Rosvita. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaua terhadap Keputusan Pembelian Teh siap Minum dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Engel, J.F. et.al., 1994, Consumer Behavior, Jilid 1, Alih Bahasa Budiyanto, Penerbit : Binarupa Aksara, Jakarta. Penerbit : Erlangga, Jakarta
- Evelina, Nela, Handoyo DW, Sari Listyorini. 2012. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkom Flexi (Studi kasus pada konsumen Telkom Flexi di Kecamatan

- Kota Kudus Kabupaten Kudus). Tidak Dipublikasikan. Diponegoro Journal of Social and Politic. Hal. 1-11. <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/>.
- Fandy Tjiptono. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset
- Griselda, Gretel. (2007). Jurnal Management Derema. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen, Volume 2 Nomor 1, KarawaciTangerang.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Indriantoro, nurdan Supomo, bambang (1999).Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen. Yogyakarta : Penerbit BPFE.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip., dan Gary Armstrong., 2004, Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi kesembilan, Jilid 1, dialihbahasakan oleh Alexander Sindoro, Jakarta: Indeks
- Kaihatu, T. 2008. Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pengunjung plaza Tunjungan Surabaya.UK Petra. Surabaya.
- Kotler, Philip. 1994. Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, 1997, Manajemen Pemasaran Marketing Manajemen 9e Edisi 2 (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol), Jakarta, PT. Prenhalindo.
- Lamb, ed al. 2001. Pemasaran (Marketing). Jakarta: Salemba Empat.
- Philip Kotler dan Kevin L. Keller. 2006. Manajemen Pemasaran edisi ke 12 Jilid ke 1. New Jersey, Indeks

- Remiasa & Lukman. 2007. Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Coffee Shop Asing dan Coffee Shop Lokal. Jurnal Manajemen Perhotelan, Vol.3, No.2. Universitas Petra, Surabaya.
- Semuel Hatane. 2007. Pengaruh Stimulus Media Iklan, Uang Saku, Dan Gender Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif (Studi Kasus Produk Pariwisata). Jurnal Manajemen Pemasaran Vol 2, No 1.
- Sugiyono. 2004. Metode Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Santoso, Singgih. (2004). Mengatasi Berbagai Masalah Statistik dengan SPSS Versi 11.5. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Wibowo, Tri dan Purwantini, Sri. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota (Studi Kasus pada PT. Nasmoco Gombel Semarang). Jurnal Dinamika Manajemen, vol.1, no.1.