

DAMPAK KUALITAS PRODUK, HARGA, KUALITAS  
PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI KANTIN  
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

MANAJEMEN



DISUSUN OLEH :

GLORIA TANIA SAHERTIAN

NIM: 2018120099

UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI

FAKULTAS EKONOMI

MALANG

2023

## RINGKASAN

Keputusan pembelian didampaki oleh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan pemasaran di Kantin Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengkaji bagaimana keputusan pembelian kantin Universitas Tribhuwana Tunggadewi didampaki oleh kualitas produk, harga, kualitas layanan, dan promosi. Menggunakan pendekatan populasi hingga, ukuran sampel 100 siswa ditentukan untuk penyelidikan ini. Data sekunder dan primer digunakan sebagai sumber data, dan analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui dampak kualitas produk, harga, kualitas layanan, dan promosi terhadap pilihan pembelian di kafetaria Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kualitas produk, harga, dan promosi tidak memdampaki keputusan konsumen untuk membeli karena nilai sig lebih besar dari 0,05. Namun, jika kualitas pelayanan meningkat, konsumen akan semakin loyal ke kantin UNITRI dan akan terus demikian. Sebaliknya apabila produk, harga, dan promosi meningkat maka tidak akan berdampak pada peningkatan keputusan mahasiswa untuk membeli produk atau tetap. Hal ini dikarenakan jenis-jenis produk yang dijual di kantin UNITRI merupakan makanan ringan yang target pasarnya hanya mahasiswa di lingkungan Kampus UNITRI dan kantin juga tidak memiliki pesaing sehingga ketiga variabel tersebut tidak produk berdampak pada keputusan konsumen. Di sisi lain, kualitas layanan memiliki dampak yang signifikan terhadap pilihan pembelian karena pelanggan yang senang dan puas lebih cenderung membeli sesuatu.

***Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, Keputusan Pembelian***

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

standar barang yang tinggi untuk memenuhi permintaan konsumen. Setiap langkah menjalankan sebuah restoran atau perusahaan catering harus dikaitkan dengan upaya menciptakan produk yang ideal, yang harus berkualitas tinggi dan diharapkan sesuai dengan layanan yang diberikan. Sebuah perusahaan dapat mempertahankan bisnisnya dan bersaing dengan bisnis lain jika produknya berkualitas tinggi. Jaringan elemen produk yang lebih bernuansa, diciptakan secara khusus, dan bermanfaat biasanya merupakan saluran yang berlebihan dan lebih dipasarkan secara langsung, menurut Susanti (2020). Akibatnya, Susanti (2020) berpendapat bahwa ukuran situs dan pelanggan itu penting. Dalam bidang usaha kuliner, faktor seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, dan biaya produk juga harus diperhatikan. Susanti RAD (2021) berpendapat bahwa tingkat pendapatan pedagang pasar dinoyo di Kota Malang ditampaki oleh kualitas produk.

Salah satu hal yang harus dibayar konsumen atas permintaannya dan jumlah yang akan diberikan kepada bisnis ialah harga (Prihatminingtyas B, 2018). Konsumen jasa dan komoditas akan merasakan manfaat dari harga yang lebih rendah dengan manfaat yang meningkat. Pelanggan akan memiliki kesempatan lebih tinggi untuk membeli barang jika perusahaan menetapkan harga wajar yang konsisten dengan daya beli mereka. Pandangan konsumen terhadap produk akan terdampak secara

negatif jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tidak tepat dan tidak mencerminkan daya beli konsumen. Sedangkan menurut Setyaningrum (2018), pembiayaan merupakan masalah dalam usaha mikro, kecil, dan menengah. Seperti yang dikemukakan Susanti RAD (2021) berpendapat bahwa harga yang ditawarkan lebih murah membuat mahasiswa lebih banyak menggunakannya daripada yang lain.

Di ranah industri makanan, kualitas layanan sangat penting. Menurut Prihatminingtiyas (2017), kesopanan penjual dan ungkapan yang mereka gunakan untuk berkomunikasi dengan pelanggan yang membeli produk menentukan kualitas layanan mereka. Pelanggan didorong untuk membentuk hubungan yang langgeng dengan industri restoran dengan menerima layanan berkualitas tinggi. Alhasil, kantin bisa mendongkrak belanja pelanggan. Persepsi konsumen terhadap pelayanan di restoran atau kantin dapat dibandingkan untuk menentukan kualitas pelayanan yang diberikan. Tingkat pelayanan yang baik dan menyenangkan tersirat jika komponen kulinernya sesuai dengan yang dijanjikan. Untuk memenuhi keputusan pembelian konsumen yang berkunjung dan agar konsisten dengan atribut lainnya, perhatian layanan berhubungan dengan kualitas yang dapat diterima sambil menghindari kerugian. Dalam industri kuliner, kualitas produk sama pentingnya dengan kualitas pelayanan. Menurut Susanti RAD (2021), loyalitas pelanggan di Wisata Bahari Lamongan secara signifikan didampaki oleh tiga faktor yang berbeda sekaligus: keunggulan layanan, kebahagiaan pelanggan, dan ekuitas merek.

Menurut Prihatminingtiyas (2019), promosi ialah suatu usaha untuk menginformasikan atau menjual barang atau jasa dengan tujuan memikat calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Schoell (2016) menegaskan bahwa tujuan promosi ialah untuk menarik perhatian, menginstruksikan, memajukan, membujuk, dan meyakinkan.

Setiap proses pengambilan keputusan konsumen ialah unik dan didampaki oleh faktor-faktor seperti ciri-ciri kepribadian, usia, uang, dan gaya hidup. Pilihan antara dua atau lebih opsi keputusan pembelian yang berbeda disebut sebagai keputusan pembelian. Retno Ayu Dewi Novitawati (2019) mendefinisikan pilihan pembelian sebagai faktor yang harus diperhatikan pembeli sebelum memilih barang yang akan dibeli. Sertakan pertimbangan tentang merek, harga, penjualan, dan kapan harus membeli serta cara membayar saat melakukan pembelian. Pertimbangkan juga penilaian mengenai kualitas produk, bentuk produk, kualitas layanan, dan merek.

Berdasarkan uraian di atas, penulis membuat penelitian yang diberi nama **“Dampak Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kantin UNITRI”**.

## **1. 2 Rumusan Masalah**

Sesuai dengan dilatarbelakangi di atas, sehingga bisa merumuskan ialah:

1. Apakah kualitas produk berdampak pada keputusan konsumen di kantin Universitas Tribhuwana Tunggadewi?

2. Apakah harga produk berdampak pada keputusan konsumen di kantin Universitas Tribhuwana Tunggadewi?
3. Apakah kualitas layanan produk berdampak pada keputusan konsumen di kantin Universitas Tribhuwana Tunggadewi?
4. Apakah promosi produk berdampak pada putusan konsumen di kantin Universitas Tribhuwana Tunggadewi?
5. Apakah kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan produk berdampak pada putusan konsumen di kantin Universitas Tribhuwana Tunggadewi?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Diantara lain tujuan dari riset berikut ialah:

1. Untuk menganalisis dampak kualitas produk pada putusan konsumen di kantin Universitas Tribhuwana Tunggadewi.
2. Untuk menganalisis dampak harga pada putusan konsumen di kantin Universitas Tribhuwana Tunggadewi
3. Untuk menganalisis dampak kualitas layanan pada putusan konsumen di kantin Universitas Tribhuwana Tunggadewi
4. Untuk menganalisis dampak promosi terhadap pada putusan konsumen di kantin Universitas Tribhuwana Tunggadewi
5. Untuk menganalisis dampak kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian di kantin Universitas Tribhuwana Tunggadewi

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Ada 2 manfaat pada riset berikut ialah:

### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil Riset berikut harapannya bisa membagi sumbangan ilmu pengetahuan Mengenai pengaruh penetapan harga, kualitas layanan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, diharapkan dapat menjadi sumber tambahan dan dapat digunakan sebagai sumber referensi untuk studi lebih lanjut tentang keputusan pembelian.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi penulis**

Berkontribusi pada wacana akademik tentang pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan harga pada keputusan pembelian, dengan fokus pada pendidikan manajemen.

#### **b. Bagi Perusahaan**

Berikan umpan balik kepada organisasi sehingga mereka dapat lebih meningkatkan kualitas produk, layanan, dan harga mereka saat melakukan pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, S.2017. Dampak Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. 6 (1): 660-669
- Buchari Alma., 2016 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta
- Fitria Setyaningrum dan Maria Yunista (2018). *Strategi Laporan Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah*
- Fitria Setyaningrum, Nora Jasar Wati (2019). *Dampak kualitas produk, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian ulang*
- Gunawan P.(1), Prihatminingtyas B. (2), Retno. A.D.N. (2021). *Dampak Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Buah-Buahan Di Pasar Tradisional Belimbing Kota Malang*
- Gunawan, Prihatminingtyas B, Retno (2020). *Dampak Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Buah-Buahan Di Pasar Tradisional Belimbing Kota Malang*.
- Keller. 2016. *Marketing Management 15th, Global Edition* Pearson Education Inc.
- Kotler, P dan Armstrong, G (2018) *Principles Of Marketing*. Harlow, United Kingdom: Pearson Education Limited
- Lesmana dan Ayu (2019) *Dampak Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pt Paragon Tehnology And Innovation*
- Maksima Ela, Budi Prihatminingtyas, Anung Prasetyo Nugroho (2020). *Dampak Kualitas Pelayanan Jasa Grab Terhadap Kepuasan Konsumen Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2016)*
- Maria Asmarita Julia (2020). *Dampak Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Mongki Di Kantin Unitri*
- Melati, Riska Sari, and Renny Dwijayanti. 2020. "Dampak Harga Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya)." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 8(2): 882–88.
- Muhibudin Wijaya Laksana. 2015. *Manajemen Pelayanan Publik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Nanung T, Prihatminingtyas B, Setyaningrum F (2021). *Dampak Harga, Promosi, Penjualan, Distribusi, Dan Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Ikan Laut Dan Ikan Air Tawar Di Pasar Tradisional Belimbing Kota Malang*
- Prihatminingtyas B, Bahanda (2020) *Dampak Produk, Pelayanan, Sumber Daya Manusia Dan Harga Barang Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Blimbing Kota Malang*



- Prihatminingtyas B, REYADI (2019) Dampak Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada Driver Grabbike PT. Grab Indonesia di Kota Malang)
- Prihatminingtyas B, Serliana Abuk, RAD Susanti (2020). Dampak Motivasi, Kreativitas, Inovasi, Resiko Dan Norma Terhadap Kepuasan Kerja (Studi Kasus Pada UD Putra Dasrim, Kota Malang)
- Prihatminingtyas, B. (2018). Pengembangan Pasar Tradisional Di Kota Malang. ISSN Cetak : 2622-1276 Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH 2018), 101-109.
- Prihatminingtyas, B. (2019). Dampak Modal, Lama Usaha, Jam Kerja Dan Lokasi. Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi Vol. 7, No.2, 2019. Hal 147-154 ISSN 2548-6152 (online) ISSN 2089-0532 (cetak), 7, 147-154
- oduk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Kafe Mom Milk Semarang
- Retno Ayu Dewi Novitawati, Budi Prihatminingtyas, Imansyah (2019). Dampak Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen
- Romlah, Siti. (2017) Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Sistem Penetapan Harga Pakaian Jadi Oleh Pedagang Di Pasar Panorama Kota Bengkulu, Skripsi: Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.
- Setyaningrum Dan Wati (2019). Dampak Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Pada Pelanggan Sarijan Coffee Malang)
- Setyaningrum Dan Yunista (2018). Strategi Laporan Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Supardi. (1993). Populasi dan Sampel Penelitian. *UNISIA*, NO.17 TAHUN XIII *TRIWULAN* VI-1993
- Suru.L.S, Prihatminingtyas B (2020). Dampak Bauran Pemasaran 7p Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi Kota Malang
- Susanti RAD, Ramadhani, Rifai, (2021) Dampak Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Brand Equity Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Wisata Bahari Lamongan
- Susanti RAD, Agustina, Lestari, (2021) dampak persepsi kemudahan, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian online melalui e-commerce shopee baik secara parsial maupun secara simultan pada mahasiswa UNITRI
- T Nanung, B Prihatminingtyas, F Setyaningrum (2022). Dampak Harga, Promosi, Penjualan, Distribusi, Dan Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Ikan Laut Dan Ikan Air Tawar Di Pasar Tradisional Belimbing Kota Malang
- Thompson (2016). Faktor Kebudayaan Yang Memdampaki Keputusan Pembelian.
- Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi 4: Andi

Windarti, T. and Ibrahim, M. 2017. Dampak Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu. Jom FISIP Volume 4 No. 2 Oktober 2017, pp. 1–10