

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, FASILITAS
DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BUBUR AYAM DI CANDI BADUT
DUSUN KARANG BESUKI KECAMATAN DAU KABUPATEN MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

MANAJEMEN



**OLEH
HILDA JEMIAN
(2019120223)**

**UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi
FAKULTAS EKONOMI
MALANG
2023**

RINGKASAN

Pelanggan mungkin terpengaruh oleh kualitas layanan, biaya, aksesibilitas fasilitas, kepercayaan pelanggan, dan preferensi produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan kepercayaan konsumen bubur ayam bandung dengan harga, fasilitas, kualitas pelayanan, dan variabel lainnya di Candi Badut, Dusun Karang Besuki, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Metodologi yang digunakan dalam penyelidikan ini bersifat kuantitatif. Untuk keperluan pembuatan sampel penelitian, dipilih 50 responden dengan menggunakan teknik Total Sampling. Peneliti memperoleh data melalui kuesioner. Beberapa teknik termasuk SPSS 26 digunakan untuk mengevaluasi data. Berdasarkan hasil penelitian, fasilitas, kemudahan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap pilihan konsumen dalam membeli bubur ayam bandung di Candi Badut Dusun Karang Besuki Kecamatan Dau Kabupaten Malang. Hal ini menunjukkan bagaimana pelayanan yang dapat diandalkan, harga yang terjangkau, fasilitas yang lengkap, dan kepercayaan pelanggan dapat mempengaruhi keputusan konsumen membeli bubur ayam.

Kata Kunci: Fasilitas, Harga, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian, Kualitas Pelayanan.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor jasa dan industri kini berkembang pesat. Pertumbuhan ekonomi dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dapat membuat dunia usaha menjadi lebih kompetitif. Sebuah perusahaan harus mampu beradaptasi dengan selera kliennya dengan menggunakan teknik pemasaran yang sesuai dengan barang atau jasa yang ditawarkan jika ingin sukses. Penjualan akan terpengaruh jika barang atau jasa tidak memenuhi harapan pelanggan atau pembeli dan kualitasnya buruk. Hal ini akan menjadi titik penekanan utama bagi pelanggan yang memperhatikan pelayanan pelanggan penjual.

Kualitas diartikan sebagai sikap dan ucapan sopan penjual kepada konsumen dalam memperoleh suatu produk, yang setara dengan apa yang dikatakan pemimpin tentang kualitas layanan, menurut Prihatminingtyas B. (2019). Sementara itu, tidak semua bisnis mempertimbangkan hal-hal seperti apakah perusahaan yang dijual mendorong inovasi selain profitabilitas. Selain harga dan kualitas layanan, aspek lain yang harus diperhatikan, seperti preferensi konsumen, yang secara signifikan mempengaruhi pilihan pelanggan.

Harga didefinisikan oleh Prihatminingtyas (2018) sebagai biaya yang harus dibayar klien untuk memperoleh suatu barang atau jasa, serta harga yang dapat diterima mengingat kualitas produk dan bersaing dengan alternatif harga serupa (Gunawan dan Hidayat, 2020). Penetapan harga elemen penjualan perlu mempertimbangkan daya beli dan pola belanja pasar sasaran. Kotler dan Amstrong (2019) menekankan bahwa variabel-variabel seperti keuntungan, persaingan, dan perubahan permintaan pasar harus menjadi pertimbangan ketika menetapkan harga jual.

Prasarana dan fasilitas yang penting dalam upaya memberikan alternatif tambahan bagi pengguna jasa untuk meningkatkan kehidupannya, memenuhi kebutuhannya, dan menjamin kenyamanannya disebut sebagai “fasilitas”. Jika fasilitas yang ditawarkan memenuhi kebutuhan klien, mereka akan senang. Menurut Agus Sulastiyono (2019), fasilitas memudahkan konsumen dalam menjalankan minat atau hiburannya, sehingga memungkinkan pelaku usaha bubur ayam menyesuaikan dengan pergeseran permintaan konsumen.

Inti dari kepercayaan adalah memiliki keyakinan bahwa orang lain akan berperilaku demi kepentingan terbaik Anda. sebanding dengan pernyataan Kotler dan Keller (2019: 225). Kepercayaan ditunjukkan dengan kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnisnya. Kompetensi, integritas, kejujuran, dan kasih sayang perusahaan semuanya mencakup komponen antarpribadi yang mempermudah membangun kepercayaan di seluruh organisasi. pengetahuan dan penilaian pelanggan tentang kualitas, kehebatan, dan karakteristik lain suatu produk menjadi dasar kepercayaan pelanggan (Women, 2018: 312). Produk berbahan dasar bubur ayam dipromosikan secara mandiri dengan cara menginformasikan kepada konsumen dan memperkenalkan produk, diawali dengan desain logo pada wadahnya agar mudah dikenali oleh konsumen.

Tjiptono (2019:12), sebaliknya, mengartikan keputusan pembelian sebagai suatu proses dimana klien meneliti lingkungan sekitar sebelum membeli suatu merek atau barang tertentu. Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana orang, kelompok, dan organisasi memilih, menerima, memanfaatkan, dan memenuhi keinginan dan hasrat mereka melalui pembelian, penerapan, dan konsumsi produk, layanan, ide, dan pengalaman, menurut Kotler dan Keller (194) pada tahun 2019. Pilihan pembelian konsumen termasuk dalam perilaku ini..

Peneliti berencana melakukan penelitian yang temuannya akan dilaporkan secara tertulis dalam bentuk skripsi, dengan judul sesuai dengan pendahuluan yang dihubungkan dengan latar belakang penelitian yang akan dilakukan. **“Pengaruh kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian Bubur Ayam Bandung Di Candi Badut Dusun Karang Besuki Kec. Dau Kabupaten Malang**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahannya adalah sebagai berikut:

1. Apakah tingkat pelayanan berpengaruh terhadap pemilihan pelanggan dalam membeli Bubur Ayam Bandung di Candi Badut Dusun Karang Kecamatan Besuki?
2. Apakah biaya menjadi faktor dalam keputusan masyarakat membeli bubur ayam bandung di Candi Badut Dusun Karang Besuki?
3. Apakah berpengaruh atau tidaknya pelanggan di Candi Badut Dusun Karang Besuki Kec membeli bubur ayam bandung?
4. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap pilihan pembelian Bubur Ayam Bandung di Candi Badut Dusun Karang Besuki?
5. Apakah faktor biaya, aksesibilitas, dan kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan masyarakat membeli bubur ayam bandung di Candi Badut Dusun Kecamatan Karang Basuki?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah

- 1) Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan mempengaruhi pilihan pelanggan dalam membeli bubur ayam di Candi Badut Dusun Karang Besuki.
- 2) Mendeskripsikan bagaimana pengaruh harga terhadap pilihan pembelian bubur ayam bandung di Candi Badut Dusun Karang Kecamatan Besuki. Kabupaten Dau Malang
- 3) Mendeskripsikan bagaimana pemilihan pembelian bubur ayam dipengaruhi oleh fasilitas yang ada di Candi Badut Dusun Karang Besuki. Kabupaten Dau Malang Di Dusun Candi Badut Kecamatan Karang Besuki cara pembelian bubur ayam bandung dipengaruhi oleh kepercayaan konsumen, sesuai Tujuan Kabupaten Dau Malang
- 4) Membicarakan cara pembelian bubur ayam bandung di Dusun Candi Badut Kecamatan Karang Besuki dipengaruhi oleh kepercayaan konsumen, harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan. Kabupaten Malang Dau Dau

1.4. Manfaat Penelitian

Pihak-pihak berikut ini diharapkan dapat memperoleh manfaat dari penelitian yang dijelaskan di atas:

1. Manfaat teoritis, Peneliti berteori bahwa penelitian ini akan memberikan lebih banyak sumber pengetahuan kepada pembaca dan peneliti serta memperdalam pemahaman mereka tentang ilmu ekonomi, khususnya manajemen pemasaran.
2. Manfaat Manfaat praktis
 - 1) Penelitian ini bermanfaat bagi akademisi karena diharapkan mampu memberikan gambaran dan pengetahuan yang lebih mendalam kepada pembaca yang menjadi acuan kepentingan ilmiah terkait dampak kualitas

pelayanan, harga, fasilitas, dan kepercayaan konsumen terhadap pilihan yang diambil pembeli bubur ayam.

- 2) Manfaat bagi pemerintah pusat. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pengambil kebijakan dan memberikan informasi yang akurat mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga, fasilitas, dan kepercayaan konsumen terhadap pilihan konsumen dalam pembelian bubur ayam pada pemerintah.
- 3) Universitas akan mendapatkan keuntungan dengan menjadi narasumber bagi mahasiswa S1 Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang khususnya mahasiswa program Manajemen yang melakukan analisis tambahan mengenai bagaimana fasilitas, fasilitas, dan kepercayaan konsumen mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli bubur ayam.

DAFTAR PUSTAKA

- Amdaryani Benedikta Seri, 2018, *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pia Toulip Malang*. Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang. (Skripsi : 2018)
- Agustim, W. 2020. Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Buah Semangka. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 6,608- 614
- Arianto, N., & Muhammad, J. (2018). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Dharmawangsa. *Jurnal Semarak*, 1(1), 107-115.
- Edi Tolak. 2017. *Pengaruh Harga dan Kualitas produk terhadap minat beli pada Smartphone buatan Cina (Studi kasus mahasiswa unitri Malang)*. Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang. (Skripsi : 2017)
- Feranita Septiani D. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Waroeng Jeans Cabang Jalan P. Antasari Kota Samarinda, *Journal Administrasi Bisnis*, 6(1), (105-106).
- Fitriyatul Bilgies A. 2016. Peran Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare Clinic Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi*, Vol. 1, No. 1, April 2016. (80-81).
- Guspula Ahmad. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo). 2014 (40-54).
- Gunawan Cakti Indra dan Reiza. 2016. *The Strategy Of Human Economic Development : The Effect On Reducing Migrant Worker Of Informal Sector*. Vol 4. No. 1. 2016.
- Harid Hadija, 2018, *Strategi peningkatan kualitas pelayanan jasa dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada UMKM Roti Anik Malang*. Fakultas Ekonomi Universitas Trbhuwana tungadewi Malang. (Skripsi : 2018)
- Ina Rawi Marisa, 2016, *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Pada Produk Kosmetik Pixy*. Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang. (Skripsi : 2016)
- Irawan Deny dan Japarianto Edwin. 2013. Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 1, No. 2, 2013 (1- 8).
- Novitawati, R. A. D., & Prihatminingtyas, B. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 8(4), 175-180.
- Nisa, A., Prihatminingtyas, B., & Agustim, W. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 9P Terhadap Trend Hallyu (Korean Wave) Dalam Mempengaruhi*

Keputusan Pembelian Skin care (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Universitas Tribhuwana Tungga Dewi Malang).

Prihatminingtyas, B., & Hidayat, I. (2019). *Pengaruh Strategi Pemasaran, Pelayanan Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada SM Batu Jawa Timur* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Universitas Tribhuwana Tungga Dewi Malang).

Prihatminingtyas, B., & Novitawati, R. A. D. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Buah-Buahan Di Pasar Tradisional Blimbing Kota Malang* (Doctoral dissertation, Fakultas Manajemen Universitas Tribhuwana Tunggadewi).

Satrio, Ainun Rezza. *Analisis Pengaruh Fasilitas, Ketepatan Waktu Manajemen Airline Terhadap Keputusan Penumpang Pesawat Citilink Indonesia Rute Penerbangan Semarang–Jakarta*. Skripsi, 2021.

Suharsono, Deni. (2018). "Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Di Coffee Sarijan (Studi Kasus Pada/I Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang)." *Jurnal Agregat* 3.2.

Setyawati Widya Agustin, Rifa'i Muhammad, Sasmito Cahyo. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Citra Institusi Terhadap kepuasan Pasien*. Vol 10. No. 2. 2018