

ABSTRAK

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bisnis Catering UD Rirare
Dosen Pembimbing : Diana Ambarwati, S.pd.,M.M
Nuril Aulia Munawaroh, S.Sos.,M.M
Nama Mahasiswa : Rezzy Ferdian Ahmad Dani
NPM : 20130210050

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian yang dilakukan di catering UD Rirare adalah untuk menjelaskan dan membuktikan hipotesis mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan probability sampling, yaitu penelitian kuantitatif deskriptif dengan teknik pengambilan sampel. Populasi penelitian terdiri dari 188 konsumen, dan sampel sebanyak 127 konsumen diperoleh melalui penggunaan rumus Slovin. Program SPSS versi 25 digunakan untuk mengolah uji instrumen, uji validitas, uji reliabilitas uji asumsi klasik, uji normalitas, uji linearitas dan hipotesis berupa regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji R². Kesimpulan dari penelitian ini bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian yang diperoleh uji t dengan nilai signifikansi sebesar $0.033 < 0.05$. harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diperoleh uji t dengan nilai signifikansi sebesar $0.037 < 0.05$. lokasi secara parsial berpengaruh signifikan keputusan pembelian diperoleh uji t dengan hasil signifikansi sebesar $0.004 < 0.05$. pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai uji F sebesar $0.000 < 0.05$.

Kata kunci : kualitas pelayanan, harga, lokasi, keputusan pembelian.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Tinjauan dan Kajian Pustaka.....	13
2.2.1 Pemasaran.....	13
2.2.2 Kualitas Pelayanan	15
2.2.3 Harga	18
2.2.4 Lokasi.....	22
2.2.5 Keputusan pembelian	25
2.3 Teori Hubungan Antar Variabel.....	28
2.4 Kerangka Teoritik	30
2.5 Hipotesis	31
BAB III METODE PENEITIAN	33
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	33
3.2 Jenis Penelitian	33
3.3 Lokasi Penelitian.....	33
3.4 Populasi dan Sampel.....	34
3.4.1 Populasi.....	34
3.4.2 Sampel	34
3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	35

3.6	Data dan Teknik Pengumpulannya	36
3.7	Identifikasi Variabel	38
3.8	Definisi Oprasional Variabel	39
3.9	Teknis Analisis Data.....	43
3.9.1	Uji Validitas	44
3.9.2	Uji Reliabilitas.....	44
3.9.3	Uji Asumsi Klasik	44
3.9.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
3.9.5	Uji t (Uji Signifian Parsial)	47
3.9.6	UJI F (Uji Signifikan Simultan).....	47
3.9.7	Koefisien Determinasi (R^2).....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Profil Perusahaan.....	49
4.1.1	Gambara Perusahaan	49
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	49
4.1.3	Struktur Organisasi.....	50
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	51
4.2.1	Gambaran Umum Responden	51
4.2.2	Desripsi Penelitian Variabel	54
4.2.3	Pembahasan Hasil Analisis Data	66
4.2.3.1	Hasil Uji Validitas.....	66
4.2.3.2	Uji Reliabilitas	68
4.2.3.3	Uji Asumsi Klasik	69
4.2.3.3.1	Uji Normalitas.....	69
4.2.3.3.2	Linearitas	69
4.2.3.3.3	Multikolinearitas	70
4.2.3.3.4	Heteroskedastitas	71
4.2.3.3.5	Analisis Regresi Linier Berganda	71
4.2.3.3.6	Uji t (Uji Signifikan Parsial)	73
4.2.3.3.7	Uji F (Uji Signifikan Simultan).....	74
4.2.3.3.8	Koefisien Determinasi (R^2)	75

4.3.	Intreprestasi Data.....	75
BAB V PENUTUP.....		79
5.1	Kesimpulan.....	79
5.2	Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA		82