



**Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan
Pembelian Pada *Lost In Coffee* Semarang**

SKRIPSI

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun:

Fariz Oktrichaendy

14030118130139

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKIRPSI)

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fariz Oktrichaendy
NIM : 14030118130139
Departemen : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Lost In Coffee Semarang

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 25 Mei 2022

Pembuat pernyataan



Fariz Oktrichaendy

NIM. 1403011813019

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Lost In Coffee Semarang
Nama Penyusun : Fariz Oktrichaendy
NIM : 14030118130139
Departemen : Administrasi Bisnis

Ternyatakan sah sebagai salah satu persyaratan guna menuntaskan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Semarang, 5 Juli 2022

Dekan



Wakil Dekan I



Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.P.
NIP. 19640827.199001.1.001

Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin
NIP. 19690822.199403.1.1003

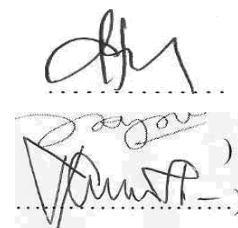
Dosen Pembimbing

1. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati M.S
2. Drs. Handojo Djoko Waloejo, M.Si



Dosen Penguji

1. Robetmi Jumpakita Pinem S.AB., MBA.
2. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati M.S
3. Drs. Handojo Djoko Waloejo, M.Si



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“TAK PERLU KATA-KATA YANG PENTING BUKTI NYATA”

Puji syukur selalu saya panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Tidak lupa skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak dan Mamah, Kakak laki-laki, dan Kakak Perempuan yang senantiasa tidak berhenti memberi dukungan dan doa kepada saya hingga skripsi ini ada. Terima Kasih atas segala hal yang membantu saya hingga detik ini.
2. Terima kasih kepada teman-teman Lost In Coffee. yang senantiasa memberikan masukan, nasihat, bantuan, serta semangat selama pengerjaan skripsi ini. Juga senantiasa sabar dalam mengajari saya.
3. Kepada Paguyubuan Sukagendut, yang yang selalu mendukung tapi tidak lupa mencela satu sama lain dan tempat bertukar pikiran diluar perkuliahan, saya ucapkan terima kasih atas kenangan yang dibuat selama perkuliahan dan kebaikan kalian.
4. Prof Ari Pradhanawati dan Pak Handojo selaku dosen pembimbing saya yang senantiasa mendukung, mengajarkan, membimbing, mengingatkan dan mengarahkan saya sehingga skripsi ini dapat selesai.
5. Untuk teman – teman adbis angkatan 2018 yang sudah memberikan masukan dan membantu saya menjadi pribadi juga karakter yang lebih baik

6. Untuk kakak – kakak tingkat, yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang senantiasa membantu dan selalu menjawab juga menjelaskan dari semua pertanyaan saya serta nasihat – nasihat yang membuat saya menjadi lebih baik.

Terakhir, saya ingin berterimakasih kepada diri saya sendiri karena sudah bertahan dan berjuang hingga ke titik ini. Kamu luar biasa terbaik!

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LOST IN COFFEE
SEMARANG**

ABSTRAK

Lost In Coffee merupakan salah satu coffee shop yang ada di kota Semarang yang memiliki menu andalan yaitu kopi susu. Lost In Coffee untuk dapat bersaing dan dapat membuat konsumen merasa puas hingga mau melakukan keputusan pembelian kembali memiliki cara yaitu dengan melakukan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik dan maksimal sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumennya. Namun pada kenyataannya, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Lost In Coffee tidak selalu mendapatkan respon positif dari konsumennya. Adanya penelitian ini memiliki tujuan untuk dapat membuktikan adanya pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Lost In Coffee. Jumlah sample pada penelitian ini adalah sebanyak 100 responden yang pernah membeli produk pada Lost In Coffee minimal dua kali. Tipe penelitian ini yaitu explanatory research dan metode purposive sampling. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 25.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, kemudian terdapat variabel kualitas pelayanan yang juga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan yang terakhir variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Saran yang diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian adalah Lost In Coffee harus memberikan cita rasa yang khas serta memberikan gelas dan cup yang memiliki volume lebih besar serta memiliki inovasi terhadap kemasan pada setiap cupnya. Lost In Coffee diharapkan memiliki ruangan indoor yang memiliki ruangan ber AC agar konsumen tidak merasa gerah serta tetap menjaga kebersihan kedai agar konsumen puas dan ingin terus melakukan keputusan pembelian kembali

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY ON PURCHASE DECISIONS AT LOST IN COFFEE SEMARANG

ABSTRACT

Lost In Coffee is one of the coffee shops in the city of Semarang which has a mainstay menu, namely milk coffee. Lost In Coffee to be able to compete and be able to make consumers feel satisfied to want to make a repurchase decision has a way, namely by doing good and maximum product quality and service quality in accordance with what is expected by consumers. However, in reality, the product quality and service quality provided by Lost In Coffee do not always get a positive response from its consumers. The purpose of this research is to prove the influence of product quality and service quality on consumer purchasing decisions for Lost In Coffee. The number of samples in this study were 100 respondents who had bought products at Lost In Coffee at least twice. This type of research is explanatory research and purposive sampling method. The data analysis method in this study uses the SPSS version 25 application.

The results in this study indicate that product quality variables have a positive influence on purchasing decisions, then there are service quality variables which also have a positive influence on purchasing decisions and the final product quality and service quality variables have a positive influence on purchasing decisions. The advice given by the researcher based on the results of the study is that Lost In Coffee must provide a distinctive taste and provide glasses and glasses that have a larger volume and have innovations in the packaging in each cup. Lost In Coffee is expected to have an indoor room that has an air-conditioned room so that consumers don't feel hot and maintain the cleanliness of the shop so that consumers are satisfied and want to continue to make repurchase decisions.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah robbil'alamin. Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunian-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Lost In Coffee Semarang”**. Sebagai salah satu syarat untuk memenuhi Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Saya sangat menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan baik secara materil maupun moril dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan segenap ketulusan hati, saya mengucapkan terika kasih kepada:

1. Dr. Hardi Warsono, M.TP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Dr. Widiartanto S.Sos, M.AB, selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Dr. Reni Shinta Dewi S.Sos., M.Si. selaku kepala program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyusun skripsi
4. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati M.S. selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi
5. Drs. Handojo Djoko Waloejo, M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi

6. Robetmi Jumpakita Pinem S.AB., MBA. selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyusun skripsi.
7. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan. Keluarga saya yang selalu mendoakan dan memberikan semangat dalam penyusunan laporan ini.
8. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.
9. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Saya sangat menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan membutuhkan perbaikan seiring waktu berjalan, sebagai bentuk kritik dan saran akan dengan senang hati diterima dan diharapkan dapat membantu dalam penulisan penelitian selanjutnya agar lebih baik lagi.

Semarang, 25 Mei 2022

Pembuat pernyataan



Fariz Oktrichaendy

NIM. 1403011813019

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKIRPSI)	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Kerangka Teori.....	13
1.5.1 Konsep Pemasaran	13
1.5.2 Kualitas Produk.....	15
1.5.3 Kualitas Pelayanan	18
1.5.4 Keputusan Pembelian.....	20
1.6 Hubungan Antar Variabel	24
1.6.1 Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	24
1.6.2 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	25
1.6.3 Hubungan antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian	26
1.7 Penelitian Terdahulu.....	27
1.8 Hipotesis.....	29
1.9 Definisi Konsep.....	30
1.10 Definisi Operasional.....	32

1.10.1	Kualitas Produk.....	32
1.10.2	Kualitas Pelayanan.....	33
1.10.3	Keputusan Pembelian.....	34
1.11	Metodologi Penelitian	35
1.11.1	Tipe Penelitian	35
1.11.2	Populasi dan Sampel	35
1.11.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	36
1.11.4	Jenis dan Sumber Data	37
1.11.5	Skala Pengukuran.....	38
1.11.6	Teknik Pengambilan data	39
1.11.7	Teknik Pengolahan Data	40
1.11.8	Instrumen Penelitian.....	41
1.11.9	Teknik Analisis Data.....	41
BAB II GAMBARAN UMUM LOST IN COFFEE DAN IDENTIFIKASI RESPONDEN		48
2.1	Sejarah Perusahaan	48
2.2	Visi dan Misi	50
2.3	Logo Perusahaan	52
2.4	Struktur organisasi Perusahaan	53
2.5	Produk Lost In Coffee	55
2.6	Identitas Responden	58
2.6.1	Jenis Kelamin Responden	58
2.6.2	Usia Responden.....	59
2.6.3	Status Marital Responden	60
2.6.4	Pendidikan Terakhir Responden	61
2.6.5	Jenis Pekerjaan Responden	62

2.6.6	Penghasilan Setiap Bulan Responden	62
2.6.7	Frekuensi Mengunjungi per bulan di Lost In Coffee.....	63
BAB III PEMBAHASAN PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Lost In Coffee)		
3.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	65
3.1.1	Uji Validitas	66
3.1.2	Uji Reliabilitas	71
3.2	Analisis Deskripsi Variabel.....	72
3.2.1	Variabel Kualitas Produk	72
3.2.2	Variabel Kualitas Pelayanan	89
3.2.3	Variabel Keputusan Pembelian.....	101
3.3	Analisis Data Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	115
3.3.1	Analisis Tabulasi Silang Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian	115
3.3.2	Koefisien Korelasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	116
3.3.3	Koefisien Determinasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	117
3.3.4	Analisis Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	118
3.3.5	Uji t	120
3.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	121
3.4.1	Analisis Tabulasi Silang Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian.....	122
3.4.2	Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	123

3.4.3	Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	124
3.4.4	Analisa Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	125
3.4.5	Uji t	126
3.5	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	128
3.5.1	Koefisien Korelasi Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	128
3.5.2	Koefisiensi Determinasi Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	129
3.5.3	Analisa Regresi Linier Berganda Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	129
3.5.4	Uji f	131
3.6	Pembahasan	135
BAB IV PENUTUP		138
4.1	Kesimpulan.....	138
4.2	Saran	140
DAFTAR PUSTAKA		143
LAMPIRAN.....		145

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan <i>Lost In Coffee</i> Semarang.....	10
Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 1. 3 Skala Penilaian untuk Pernyataan Positif dan Negatif.....	39
Tabel 1. 4 Interpretasi koefisien korelasi nilai r	43
Tabel 2. 1 Jenis Kelamin Responden	59
Tabel 2. 2 Usia Responden.....	59
Tabel 2. 3 Status Martial Responden	60
Tabel 2. 4 Pendidikan Terakhir Responden	61
Tabel 2. 5 Jenis Pekerjaan Responden	62
Tabel 2. 6 Penghasilan Setiap Bulan Responden	63
Tabel 2. 7 Bersama Siapa Mengunjungi <i>Lost In Coffee</i>	64
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	67
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	69
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	70
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 3. 5 Kualitas produk yang dijual <i>Lost In Coffee</i> lebih baik dari para pesaingnya.....	73
Tabel 3. 6 Produk yang tersedia sudah jelas keamanannya saat dikonsumsi.....	74
Tabel 3. 7 Menu Produk diurutkan sesuai dengan kebutuhan konsumen	75
Tabel 3. 8 Memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan transaksi pembayaran	76
Tabel 3. 9 Produk yang tersedia di <i>Lost In Coffee</i> dapat diandalkan kualitasnya	77
Tabel 3. 10 Tidak ada kecacatan pada produk yang ditawarkan <i>Lost In Coffee</i> ..	78
Tabel 3. 11 Harga produk yang ditetapkan sudah sesuai dengan kualitas produk	79
Tabel 3. 12 <i>Lost In Coffee</i> hanya menjual produk dengan label halal	80
Tabel 3. 13 Produk yang tersedia di <i>Lost In Coffee</i> tidak pernah berada di masa kadaluarsa:.....	81
Tabel 3. 14 Semua produk <i>Lost In Coffee</i> memiliki kemasan yang sesuai dengan standar sehingga membuat produk lebih higienis	82

Tabel 3. 15 Urutan menu produk di Lost In Coffee memberikan kemudahan konsumen dalam mencari produk	83
Tabel 3. 16 Varian produk dan ukuran yang tersedia di Lost In Coffee sudah sesuai dengan harapan konsumen	84
Tabel 3. 17 Kemasan produk pada Lost In Coffee memiliki ciri khas tersendiri membuat konsumen tertarik untuk membeli.....	85
Tabel 3. 18 Rekapitulasi jawaban responden mengenai kualitas produk.....	86
Tabel 3. 19 Kategorisasi Frekuensi Variabel Kualitas Produk	89
Tabel 3. 20 Lost In Coffee memiliki fasilitas fisik yang bersih.....	90
Tabel 3. 21 Suasana Lost In Coffee nyaman.....	91
Tabel 3. 22 Karyawan Lost In Coffee memberikan pelayanan yang cepat dan tepat	92
Tabel 3. 23 Karyawan Lost In Coffee tepat dalam memberikan informasi:	93
Tabel 3. 24 karyawan Lost In Coffee bersedia membantu konsumen dalam memilih menu.....	94
Tabel 3. 25 karyawan Lost In Coffee ramah dan sopan.....	95
Tabel 3. 26 karyawan Lost In Coffee bertanggung jawab dalam menjaga keamanan	96
Tabel 3. 27 Perhatian perhatian yang diberikan karyawan Lost In Coffee terhadap kebutuhan setiap konsumen	97
Tabel 3. 28 Rekapitulasi jawaban variabel kualitas pelayanan.....	98
Tabel 3. 29 Kategorisasi frekuensi variabel kualitas pelayanan	101
Tabel 3. 30 Membeli produk Lost In Coffee karena dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan saya.....	102
Tabel 3. 31 Lost In Coffee menjual produk kopi dan sejenisnya yang berkualitas	103
Tabel 3. 32 Media promosi yang digunakan oleh Lost In Coffee.....	104
Tabel 3. 33 Tidak mendapatkan hambatan dalam memperoleh informasi tentang produk yang disediakan Lost In Coffee	105
Tabel 3. 34 Lost In Coffee memiliki nilai prestise yang baik.....	106

Tabel 3. 35 Harga beli produk pada Lost In Coffee dapat dijangkau secara umum	107
Tabel 3. 36 Membeli produk Lost In Coffee karena banyak yang membeli kopi di Lost In Coffee	108
Tabel 3. 37 Membeli kopi di Lost In Coffee karena keinginan sendiri	109
Tabel 3. 38 Merekomendasikan kopi Lost In Coffee kepada orang lain	110
Tabel 3. 39 Lost In Coffee tidak pernah mengecewakan konsumen	111
Tabel 3. 40 Rekapitulasi Jawaban Mengenai Variabel Keputusan Pembelian ...	112
Tabel 3. 41 Kategorisasi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	115
Tabel 3. 42 Tabel Silang Variabel Kualitas Produk (X1) dan keputusan pembelian (Y)	116
Tabel 3. 43 Koefisien Korelasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	117
Tabel 3. 44 Koefisien Determinasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	118
Tabel 3. 45 Analisa Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	119
Tabel 3. 46 Tabel Silang Variabel Kualitas Pelayanan (X2) dan Keputusan Pembelian (Y)	122
Tabel 3. 47 Koefisiensi Korelasi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	123
Tabel 3. 48 Koefisiensi Determinasi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	124
Tabel 3. 49 Analisa Regresi Linier Sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	125
Tabel 3. 50 Koefisiensi Determinasi Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	128
Tabel 3. 51 Analisis Regresi Linear Berganda Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	130
Tabel 3. 52 Uji F Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	132

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 2 Proses Pengambilan Keputusan	21
Gambar 1. 3 Model Hipotesis	30
Gambar 1. 4 Kurva Uji t.....	46
Gambar 1. 5 Kurva Uji.....	47
Gambar 2. 1 Logo Perusahaan	52
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Perusahaan	53
Gambar 3. 1 Kurva Uji Hipotesis 1 (one tails).....	121
Gambar 3. 2 Kurva Uji t Hipotesis 1 (one tails)	127
Gambar 3. 3 Daerah Penerimaan dan Penolakan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	134