



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus Pada Kopi Benteng 2 Banyumanik)**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1

**Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Disusun Oleh :

Yuli Master P. Hutagalung

14020214140115

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

2020

PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap : Yuli Master P. Hutagalung
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14020214140115
3. Tempat / Tanggal Lahir : Pematangsiantar, 07 Juli 1997
4. Departemen : S-1 Administrasi Bisnis
5. Alamat : Jl Nias Ujung no 66 Pematangsiantar

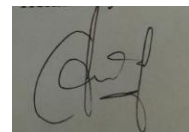
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi) yang saya tulis berjudul :

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopi Benteng 2 Banyumanik).

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil jiplakan karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 29 April 2020 Pembuat Pernyataan;



Yuli Master P. Hutagalung

NIM: 14020214140115

Halaman Pengesahan

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Kopi Benteng 2 Banyumanik)
Nama Penyusun : Yuli Master P. Hutagalung
NIM : 14020214140115
Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I

Semarang, 29 April 2020

Dekan,



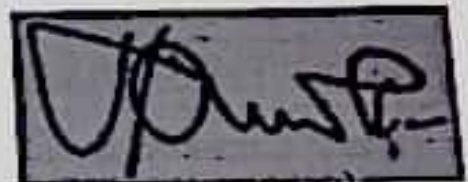
Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.P
NIP. 19640827 19900011001

Pembantu Dekan I



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin
NIP. 19690822 199403 1003

Dosen Pembimbing :



1. Drs. Handojo Djoko Waloejo, MSi(.....)

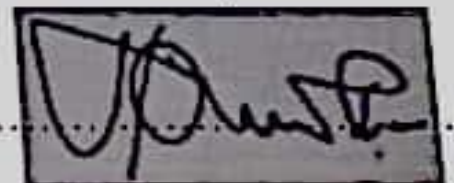
Dosen Penguji Skripsi

1. Robetmi Jumpakita Pinem, SAB, MBA

(.....)



2. Drs. Agus Hermani D.S, MM(.....)



3. Drs. Handojo Djoko Waloejo, MSi

(.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Masa depan adalah milik mereka yang menyiapkan hari ini

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Ayah (Drs. A. Hutagalung), Ibu (R. Panjaitan, SH), saudara-saudariku, Tulus Hutagalung, Christina Hutagalung dan Hosea Hutagalung, dan seluruh keluarga atas segala doa dan kasih sayangnya.
2. Rekan-rekan di Sapma PP Undip yang telah menemani penulis selama berada di Semarang.
3. Kawan-kawan Hipmi PT Undip yang telah memberi semangat pada penulis dalam menyusun skripsi.
4. Sahabat-sahabat “The Ugals” yaitu Andre, Aloysius, Robert, Roland, Samuel, Bravo, Yoshua, Ridwan, Parlin, Greg.
5. Teman-teman di Kota Semarang khususnya teman angkatan Administrasi Bisnis 2014, terima kasih karena telah menemani penulis dari awal kuliah sebagai mahasiswa baru hingga lulus.
6. Saudara-saudari “TRUST” yang selalu menopang penulis dalam doa selama mengerjakan skripsi.
7. Teman – teman Kos Mount View dan Griya Persada.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus Pada Kopi Benteng 2 Banyumanik)**

Abstrak

Pertumbuhan kedai kopi yang pesat dalam beberapa tahun membuat persaingan semakin ketat. Perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah gaya hidup dan harga. Kopi benteng 2 Banyumanik merupakan salah satu kedai kopi yang dikenal di Kota Semarang. Permasalahan dalam penelitian ini adalah apa yang menyebabkan kenaikan dan penurunan omzet penjualan per tahun Kopi benteng 2 Banyumanik dalam periode tahun 2014 hingga tahun 2018 ditengah menjamurnya kedai kopi di Kota Semarang. Tipe penelitian ini adalah explanatory research, dengan populasinya adalah konsumen Kopi benteng 2 Banyumanik di Kota Semarang. Sedangkan sampelnya sebanyak 100 responden dengan Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2012).

Teknik metode pengambilan sampelnya menggunakan sampling insidental atau sampling aksidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan (Sugiyono, 2012). Metode analisis yang digunakan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linier sederhana, analisis regresi linier berganda, dan uji signifikansi (uji t dan uji f) dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25.00. Variabel Kualitas Produk masuk dalam kategori memuaskan. Nilai t hitung (5,816) > t tabel (1,661). Koefisien korelasi 0,446 dan Koefisien Determinasi 25,7%. Variabel Kualitas Pelayanan masuk dalam kategori memuaskan. Nilai t hitung (5,621) > t tabel (1,661). Koefisien korelasi 0,275 dan Koefisien Determinasi 24,4%. Variabel Harga masuk dalam kategori murah. Nilai t hitung (8,395) > t tabel (1,661). Koefisien korelasi 0,809 dan koefisien determinasi 41,8%. Koefisien korelasi 0,710 dan koefisien determinasi 50,5%. Nilai F hitung (32,603) > f tabel (2,70). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga sama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut menyatakan bahwa jika kualitas produk yang memuaskan, kualitas pelayanan yang memuaskan lalu disandingkan dengan harga yang murah maka akan menghasilkan keputusan pembelian yang semakin tinggi pula. Hal ini dapat dilihat dalam penelitian terhadap konsumen Kopi Benteng 2 Banyumanik, variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga bersama-sama mempunyai pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Keputusan Pembelian

Abstract

The rapid growth of coffee shops in a few years has made competition fiercer. Consumer behavior in decision making is influenced by several factors including lifestyle and price. Kopi benteng 2 Banyumanik is one of the famous coffee shops in the city of Semarang. The problem in this research is what causes the increase and decrease in sales turnover per year of Kopi Benteng 2 Banyumanik in the period of 2014 to 2018 in the middle of the proliferation of coffee shops in the city of Semarang. This type of research is explanatory research, with the population is Kopi Benteng 2 Banyumanik consumers in Semarang City. While the sample of 100 respondents with the sampling technique used is non-probability sampling, which is a sampling technique that does not provide equal opportunity or opportunity for each element or each member of the population to be selected as a sample (Sugiyono, 2012). The sampling method using incidental sampling or accidental sampling is a sampling technique based on chance (Sugiyono, 2012).

The analytical method used uses validity test, reliability test, correlation coefficient, determination coefficient, simple linear regression analysis, multiple linear regression analysis, and significance test (t test and f test) using the SPSS version 25.00 application. Product Quality Variables fall into the satisfactory category. T value (5.816) > T table (1.661). The correlation coefficient is 0.446 and the Determination Coefficient is 25.7%. Service Quality Variables fall into the satisfactory category. T value (5.621) > T table (1.661). The correlation coefficient is 0.275 and the coefficient of determination is 24.4%. Price variable is included in the cheap category. T value (8.339) > T table (1.661). The correlation coefficient is 0.809 and the coefficient of determination is 41.8%. The correlation coefficient is 0.710 and the coefficient of determination is 50.5%. Calculated F value (32,603) > F table (2.70). The results of the research showed that the variables of product quality, service quality and price were influential on purchasing decisions. It states that if satisfactory product quality, satisfying service quality and then paired with a cheap price will result in higher purchasing decisions. This can be seen in research on consumers of Kopi Benteng 2 Banyumanik, product quality, service quality and price variables together have a strong influence on purchasing decisions.

Keywords : Product Quality, Service Qualit, Price and Purchasing Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT limpahan berkat, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Saya sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kopi Benteng 2 Banyumanik)”** ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini.

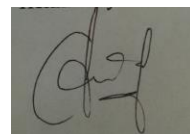
Pada kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan, saran dan kritik serta doa sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar dan dapat diselesaikan dengan baik, khususnya kepada:

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.P, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Bulan Prabawani, S.Sos, MM, Ph.D, selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
3. Drs. Agus Hermani D.S, MM, selaku Dosen Wali yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.

4. Drs. Handojo Djoko Waloejo, MSi, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, bimbingan serta arahan dan saran selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Robetmi Jumpakita Pinem, SAB, MBA, selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji, memberikan saran dan mengarahkan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan
8. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran konstruktif sangat penulis harapkan guna tercapainya hasil yang bermanfaat bagi banyak pihak. Semoga skripsi ini memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 29 April 2020 Penulis;



Yuli Master P. Hutagalung

14020214140115

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	iError! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	iviii
DAFTAR GAMBAR.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR TABEL.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR LAMPIRAN.....	175
Bab I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar belakang.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian	12
1.5 Kerangka Teori.....	13
1.5.1 Keputusan Pembelian	13
1.5.2 Kualitas Produk.....	22
1.5.3 Kualitas Pelayanan.....	25
1.5.4 Harga.....	27
1.5.5 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
1.5.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
1.5.7 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
1.5.8 Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
1.6 Penelitian Terdahulu	36

1.7 Hipotesis	38
1.8 Defenisi Konsep.....	40
1.8.1 Keputusan Pembelian.....	40
1.8.2 Kualitas Produk.....	40
1.8.3 Kualitas Pelayanan.....	Error! Bookmark not defined.
1.8.4 Harga.....	41
1.9 Definisi Operasional	41
1.9.1 Keputusan Pembelian.....	41
1.9.2 Kualitas Produk.....	41
1.9.3 Kualitas Pelayanan.....	42
1.9.4 Harga.....	44
1.10 Metode Penelitian	44
1.10.1 Tipe Penelitian	45
1.10.2 Populasi dan Sampel.....	45
1.10.3 Jenis dan Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
1.10.3.1 Data Primer	47
1.10.3.2 Data Sekunder	47
1.10.4 Skala Pengukuran.....	48
1.10.5 Teknik Pengumpulan Data.....	48
1.10.6 Tahap Pengumpulan Data	49
1.10.7 Teknik Analisis	51
1.10.7.1 Analisis Kualitatif.....	51
1.10.7.2 Analisis Kuantitatif.....	51
1.10.8 Uji Signifikan.....	56
1.10.8.1 Uji Statistik T.....	56
1.10.8.2 Uji Statistik F.....	59
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	61
2.1 Sejarah Singkat dan Perkembangan Perusahaan.....	61

2.2 Profil Kopi Benteng 2 Banyumanik.....	62
2.2.1 Visi Kopi Benteng 2 Banyumanik	63
2.2.2 Misi Kopi Benteng 2 Banyumanik.....	64
2.2.3 Struktur Organisasi Kopi Benteng 2 Banyumanik.....	64
2.2.4 Tugas Dan Tanggungjawab	Error! Bookmark not defined.
2.2.5 Logo Kopi Benteng 2 Banyumanik.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.6 Jam Operasional Kopi Benteng 2 Banyumanik ...	Error! Bookmark not defined.
2.2.7 Prosedur Pelayanan Kopi Benteng 2 Banyumanik	Error! Bookmark not defined.
2.2.8 Produk Kopi Benteng 2 Banyumanik	Error! Bookmark not defined.
2.2.9 Proses Produksi.....	70
2.3 Identitas Responden.....	72
2.3.1 Jenis Kelamin responden	73
2.3.2 Usia Responden	Error! Bookmark not defined.
2.3.3 Status Marital Responden	74
2.3.4 Pendidikan Terakhir Responden	74
2.3.5 Pekerjaan Responden.....	75
2.3.6 Penghasilan Perbulan Responden	Error! Bookmark not defined.
2.3.7 Pengeluaran Perbulan Responden.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.8 Frekuensi Kunjungan Ke Kopi Benteng 2 Banyumanik.....	78
2.3.9 Alasan Melakukan Kunjungan Kopi Benteng 2 Banyumanik	78
BAB III PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS KOPI BENTENG 2 BANYUMANIK)	78
3.1 Analisis Deskriptif Variabel.....	78
3.1.1 Variabel Kualitas Produk.....	80
3.1.1.1 Kesesuaian Rasa Produk	81
3.1.1.2 Variasi Produk.....	81
3.1.1.3 Penyajian Kemasan Produk.....	82
3.1.1.4 Kehigienisan Produk.....	83

3.1.1.5 Daya Tahan Rasa Produk	84
3.1.1.6 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel X1	85
3.1.1.7 Kategorisasi Produk	86
3.1.2 Variabel Kualitas Pelayanan	88
3.1.2.1 Ketelitian Karyawan.....	88
3.1.2.2 Ketepatan Waktu Penyajian	89
3.1.2.3 Responsif Karyawan	90
3.1.2.4 Ketepatan Informasi	90
3.1.2.5 Kemampuan Mengatasi Keluhan	91
3.1.2.6 Keramahan Karyawan.....	92
3.1.2.7 Pemahaman Karyawan.....	92
3.1.2.8 Interaksi Karyawan	92
3.1.2.9 Kerapian Karyawan.....	94
3.1.2.10 Kebersihan Ruangan	95
3.1.2.11 Kebersihan Toilet.....	95
3.1.2.12 Area Parkir	96
3.1.2.13 Rekapitulasi Jawaban Mengenai Variabel X2	97
3.1.2.14 Kategorisasi Kualitas Pelayanan	99
3.1.3 Variabel Harga	101
3.1.3.1 Harga yang Ditawarkan.....	101
3.1.3.2 Perbandingan dengan Harga Kafe Lain	102
3.1.3.3 Kesesuaian Manfaat dengan Harga.....	103
3.1.3.4 Kesesuaian Kualitas dengan Harga.....	103
3.1.3.5 Rekapitulasi Jawaban Mengenai Variabel X3	104
3.1.3.6 Kategorisasi Variabel Harga	105
3.1.4 Variabel Keputusan Pembelian	107
3.1.4.1 Keyakinan Pembelian Konsumen	107
3.1.4.2 Kebiasaan Konsumen dalam Membeli.....	108

3.1.4.3 Pembelian Ulang Konsumen.....	109
3.1.4.4 Rekomendasi Konsumen.....	110
3.1.4.5 Rekapitulasi Jawaban Mengenai Keputusan Pembelian	110
3.1.4.6 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian	111
3.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	113
3.2.1 Uji Validitas	114
3.2.2 Uji Reliabilitas	125
3.2.2.1 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk	128
3.2.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan	128
3.2.2.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga	129
3.2.2.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	129
3.3 Analisis Data.....	130
3.3.1 Analisis Pengaruh Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	130
3.3.1.1 Analisis Korelasi Variabel X1 Terhadap Keputusan Pembelian	130
3.3.1.2 Analisis Koefisien Determinasi.....	131
3.3.1.3 Analisis Regresi Sederhana.....	132
3.3.1.4 Uji T	133
3.3.2 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian	135
3.3.2.1 Analisis Korelasi Variabel X2 Terhadap Keputusan Pembelian	136
3.3.2.2 Analisis Koefisien Determinasi.....	137
3.3.2.3 Analisis Regresi Sederhana.....	137
3.3.2.4 Uji T	139
3.3.3 Analisis Pengaruh Harga dengan Keputusan Pembelian	141
3.3.3.1 Analisis Korelasi Variabel X3 Terhadap Keputusan Pembelian	141
3.3.3.2 Analisis Koefisien Determinasi.....	142
3.3.3.3 Analisis Regresi Sederhana.....	142
3.3.3.4 Uji T	144
3.3.4 Analisis Pengaruh X1, X2 dan X3 Terhadap Keputusan Pembelian	146

3.3.4.1 Analisis Korelasi Berganda.....	146
3.3.4.2 Analisis Koefisien Determinasi.....	147
3.3.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda	147
3.3.4.4 Uji Signifikan Pengaruh Simultan F	150
3.4 Pembahasan.....	152
BAB IV PENUTUP	161
4.1 Kesimpulan	161
4.2 Saran-saran.....	165
DAFTAR PUSTAKA	170
LAMPIRAN.....	172

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Kopi Benteng 2 Banyumanik.....	6
Tabel 1.2 Ringkasan Penelitian Terdahulu	36
Tabel 1.3 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	53
Tabel 2.1 Jenis Kelamin Responden	72
Tabel 2.2 Usia Responden.....	73
Tabel 2.3 Status Marital Responden	74
Tabel 2.4 Pendidikan Terakhir Responden	74
Tabel 2.5 Pekerjaan Responden	76
Tabel 2.6 Penghasilan Perbulan Responden	76
Tabel 2.7 Pengeluaran Perbulan Responden.....	77
Tabel 2.8 Frekuensi Berkunjung Dalam Tiga Bulan Terakhir.....	78
Tabel 2.9 Alasan Melakukan Kunjungan.....	78
Tabel 3.1 Kesesuaian Rasa Minuman	81
Tabel 3.2 Variasi Produk yang Ditawarkan	82
Tabel 3.3 Penyajian Kemasan Produk.....	82
Tabel 3.4 Kehigienisan Produk.....	83
Tabel 3.5 Daya Tahan Produk.....	84
Tabel 3.6 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk	85
Tabel 3.7 Kategorisasi Kualitas Produk.....	87
Tabel 3.8 Ketelitian Karyawan	88
Tabel 3.9 Ketepatan Waktu Penyajian	89
Tabel 3.10 Responsif Karyawan	90

Tabel 3.11 Ketepatan Informasi	91
Tabel 3.12 Kemampuan Mengatasi Keluhan	91
Tabel 3.13 Keramahan Karyawan	92
Tabel 3.14 Pemahaman Karyawan	93
Tabel 3.15 Interaksi Karyawan	93
Tabel 3.16 Kerapian Karyawan	94
Tabel 3.17 Kebersihan Ruangan	95
Tabel 3.18 Kebersihan Toilet	96
Tabel 3.19 Area Parkir	96
Tabel 3.20 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan	98
Tabel 3.21 Kategori Kualitas Pelayanan	100
Tabel 3.22 Harga yang Ditawarkan	101
Tabel 3.23 Perbandingan Harga dengan Kedai Kopi Lain	102
Tabel 3.24 Kesesuaian Manfaat dengan Harga	103
Tabel 3.25 Kesesuaian Kualitas dengan Harga	104
Tabel 3.26 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Harga	105
Tabel 3.27 Kategorisasi Harga	107
Tabel 3.28 Keyakinan Pembelian Konsumen	108
Tabel 3.29 Kebiasaan Pembelian Konsumen	108
Tabel 3.30 Pembelian Ulang Konsumen	109
Tabel 3.31 Rekomendasi Konsumen Kepada Orang Lain	110
Tabel 3.32 Rekapitulasi Jawaban Mengenai Keputusan Pembelian	111

Tabel 3.33 Kategorisasi Keputusan Pembelian.....	113
Tabel 3.34 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk di SPSS	118
Tabel 3.35 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk SPSS	119
Tabel 3.36 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan di SPSS	120
Tabel 3.37 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan SPSS	122
Tabel 3.38 Hasil Uji Validitas Variabel Harga di SPSS	123
Tabel 3.39 Hasil Uji Validitas Variabel Harga SPSS	123
Tabel 3.40 Hasil Uji Keputusan Pembelian di SPSS	124
Tabel 3.41 Hasil Uji Keputusan Pembelian di SPSS	125
Tabel 3.42 Hasil Uji Realibilitas Variabel Kualitas Produk	128
Tabel 3.43 Hasil Uji Realibilitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	128
Tabel 3.44 Hasil Uji Realibilitas Variabel Harga	129
Tabel 3.45 Hasil Uji Realibilitas Variabel Keputusan Pembelian	129
Tabel 3.46 Koefisien Korelasi Variabel Kualitas Produk Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	131
Tabel 3.47 Uji Regresi Sederhana Variabel Kualitas Produk Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	132
Tabel 3.48 Koefisien Korelasi Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	136
Tabel 3.49 Hasil Uji Regresi Sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	138
Tabel 3. 50 Koefisien Korelasi Variabel Harga Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	141

Tabel 3.51 Hasil Uji Regresi Sederhana Terhadap	
Variabel Keputusan Pembelian	143
Tabel 3.52 Koefisien Korelasi Berganda	146
Tabel 3.53 Regresi Linier Berganda	148
Tabel 3.54 Hasil Perhitungan Uji F.....	150

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	35
Gambar 1.2 Hipotesis Penelitian	39
Gambar 1.3 Kurva Hasil Uji Statistik T	58
Gambar 1.4 Kurva Hasil Uji Statistik F	60
Gambar 2.1 Struktur Organisasi Kopi Benteng 2 Banyumanik	63
Gambar 2.2 Logo Kopi Benteng 2 Banyumanik	66
Gambar 3.1 Kurva Uji Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	135
Gambar 3.2 Kurva Uji Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	140
Gambar 3.3 Kurva Uji Harga Terhadap Keputusan Pembelian	145
Gambar 3.4 Kurva Hasil Uji F	152

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner
- Lampiran 3 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk
- Lampiran 4 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan
- Lampiran 5 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga
- Lampiran 6 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian
- Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk di SPSS
- Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan di SPSS
- Lampiran 9 Hasil Uji Validitas Harga di SPSS
- Lampiran 10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian di SPSS
- Lampiran 11 Hasil Uji Reabilitas Kualitas Produk
- Lampiran 12 Hasil Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan
- Lampiran 13 Hasil Uji Reabilitas Harga
- Lampiran 14 Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembelian
- Lampiran 15 Hasil Uji Regresi Sederhana
- Lampiran 16 Regresi Linier Berganda
- Lampiran 17 Hasil Uji F