



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING  
(Studi pada konsumen Portobello Cafe Sumurboto, Semarang)**

**Skripsi**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1  
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro**

**Penyusun:**

**WIDYA ENDANG HARTINA**

**14020216140072**

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

**2021**



**SURAT PERNYATAAN  
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI/TA\*)**

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

1. NamaLengkap : Widya Endang Hartina
2. NomorIndukMahasiswa : 14020216140072
3. Tempat / Tanggal Lahir : Cirebon, 9 Agustus 1998
4. Jurusan / Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
5. Alamat : Tlogosari 3, rt/rw 03/01 kec tembalang kota semarang

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

**Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui**

**Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Portobello Café)**

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20 %.

Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi 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, 21 Juni 2021

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Aqung Budiatmo, S.Sos,MM  
NIP. 197112302001121001

Pembuat Pernyataan,

Widya Endang Hartina  
NIM 14020216140072

Ketua Program Studi

Dr. Reni Shirma Dewi, S.Sos, M.Si  
NIP. 197603302003122001

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi pada Portobello Café)

Nama Penyusun : Widya Endang Hartina

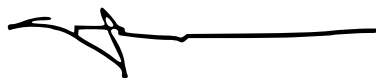
NIM : 14020216140072

Progam Studi : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, 30 Juni 2021

Dekan



Dr. Drs. Hardi Warsosno, MTP  
NIP.19640827 199001 1 001

Wakil Dekan 1



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin  
NIP. 19690822 199403 1 003

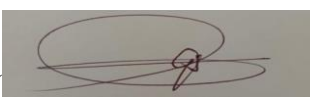
### Dosen Pembimbing

Agung Budiarmo, S.Sos, MM

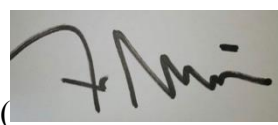
(  )

### Dosen Penguji

Drs. Agus Hermani D S, MM

(  )

Dr. Hari Susanta N, M.Si

(  )

Agung Budiarmo, S.Sos, MM

(  )

## MOTTO

*“It does not matter how slowly you go as long as you do not stop.”*

- Confucius -

## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah Swt. skripsi ini saya persembahkan untuk :

- *Mama, Papa dan AA, my source of motivation*
- Dosen Pembimbing, Bapak Agung Budiarmo yang selalu sabar membimbing dalam proses penyusunan skripsi.
- Vicky Issabel yang selalu siap sedia mendengarkan segala keluh kesah dalam mengerjakan skripsi, terimakasih.
- Billa, Iwang, Oliv, Erika, Nadya, Mba Anggie, Vega, Hasbi yang menghiasi masa masa kuliahku di kampus orange.
- Teman – Teman Komunitas Mahasiswa Bogor Undip (Kombo) yang selalu selalu jadi keluarga di perantauan.
- Teman – Teman KKN Desa Pegongsoran, Kec. Pemasang, Kab. Pemasang yang sangat aku sayangi terimakasih kalian sudah jadi salah satu perjalanan paling menyenangkanku selama masa kuliah.
- Semua teman-teman terdekat yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuannya selama saya ada di Semarang.
- My big family: Administrasi Bisnis 2016.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING  
(Studi Pada Portobello Cafe Semarang)**

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pendapatan yang mengalami fluktuasi selama 5 tahun terakhir. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening pada Portobello Cafe. Populasinya adalah seluruh konsumen Portobello Café yang berdomisili di Semarang, sedangkan sampel penelitian ini adalah 100 konsumen Portobello Café dengan menggunakan teknik pengambilan sampel accidental dan purposive sampling.

Tipe penelitian ini adalah explanatory research. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, realibilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana dan uji signifikansi (uji t) serta uji analisis dua tahap dengan menggunakan software SPSS 22.0 for windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli, minat beli berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Pada variabel intervening diketahui bahwa terdapat pengaruh positif variabel harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli dan terdapat pengaruh positif variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli.

Berdasarkan hasil tersebut maka disarankan agar Portobello Café harus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan dengan menambah inovasi dan variasi terhadap makanan. Melakukan briefing dan pembuatan SOP agar karyawan lebih tanggap menangani keluhan konsumen, serta meningkatkan quality control pada cita rasa produk. Selain itu perusahaan harus lebih adaptif dengan perkembangan yang terjadi di lingkungan.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Minat Beli, Keputusan Pembelian**

***The Effects of Product Quality and Service Quality to Purchase Decision through  
Interest Buying  
(Study on Portobello Cafe Semarang)***

**ABSTRACT**

*This research is motivated by income which has fluctuated during the last 5 years. The purpose of this research is to decide the effect of product quality and service quality on purchasing decisions through buying interest as an intervening variable at Portobello Cafe. The population is all Portobello Cafe consumers living in Semarang, while the sample of this study is 100 Portobello Café consumers using accidental sampling and purposive sampling techniques.*

*This type of research is explanatory research. The data analysis method used is validity, reliability, correlation coefficient, coefficient of determination, simple regression analysis and significance test (t test) and two-stage analysis test using SPSS 22.0 software for windows.*

*The results showed that product quality has a positive effect on buying interest, service quality has a positive effect on buying interest, buying interest has a positive effect on purchasing decisions. In the intervening variable, it is known that there is a positive effect of the price variable on purchasing decisions through buying interest and there is a positive influence of service quality variables on purchasing decisions through buying interest.*

*Based on these results, it is suggested that Portobello Cafe should support and improve the quality of the products offered by adding innovation and variety to the food. Conducting briefings and making SOPS so that employees are more responsive in handling consumer complaints, as well as improving quality control on product taste. In addition, companies should be adaptive to developments in the environment.*

***Keywords: Product Quality, Service Quality, Purchase Decision, and Interest Buying***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah Swt. atas limpahan 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 dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi pada Portobello Café)”** 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, khususnya kepada :

1. Dr. 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. Dr.Reni Shinta Dewi,.Sos,.M.Si selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Agung Budiarmo,.S.Sos,.MM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Drs. Agus Hermani D S, MM selaku dosen penguji.
5. Dr. Hari Susanta N, M.Si selaku dosen wali dan dosen penguji II yang telah membantu selama masa perkuliahan.
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.

Apabila dalam penulisan karya ilmiah ini terdapat kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 30 Juni 2021  
Penulis



Widya Endang Hartina  
NIM. 14020216140072



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAKSI</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Kerangka Teori	13
1.5.1 Perilaku Konsumen	13
1.5.3 Minat Beli	18
1.5.4 Produk	20
1.5.5 Kualitas Pelayanan	22

1.5.6 Pengaruh Antar Variabel.....	25
1.6 Penelitian Terdahulu .....	30
1.7 Hipotesis.....	33
1.8 Definisi Konseptual.....	35
1.8.1 Kualitas Produk.....	35
1.8.2 Kualitas Pelayanan .....	36
1.8.3 Minat Beli .....	36
1.8.4 Keputusan Pembelian.....	36
1.9 Definisi Operasional.....	37
1.10 Metode Penelitian.....	40
1.10.1 Tipe Penelitian .....	40
1.10.2 Populasi dan Sampel .....	41
1.10.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	42
1.10.4 Jenis dan Sumber Data.....	43
1.10.5 Skala Pengukuran.....	44
1.10.6 Teknik Pengumpulan Data.....	46
1.10.7 Teknik Pengolahan Data .....	46
1.10.8 Teknik Analisis .....	47
<b>BAB II .....</b>	<b>54</b>
<b>GAMBARAN UMUM PORTOBELLO CAFÉ DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN .....</b>	<b>54</b>
2.1 Sejarah Perkembangan Portobello Café.....	54
2.2 Visi dan Misi Portobello Café.....	55
2.2.1 Visi Portobello Café.....	55
2.2.2 Misi Portobello Café .....	56
2.3 Logo Perusahaan .....	57

2.4 Struktur Organisasi Portobello Café .....	58
2.5 Fasilitas yang Diberikan Kepada Konsumen .....	62
2.6 Daftar Menu Portobello Café .....	63
2.7 Bidang Usaha Portobello Café .....	65
2.8 Ketenagakerjaan .....	65
2.8.1. Pendidikan Karyawan .....	66
2.8.2. Jam Kerja Karyawan .....	66
2.8.3. Sistem Penggajian dan Kesejahteraan Portobello Café .....	67
2.9. Karakteristik Responden .....	67
2.9.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	68
2.9.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
2.9.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	69
2.9.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	70
2.9.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	71
2.9.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk Yang Sering Dibeli .....	72
2.9.7. Karakteristik Responden Menurut Frekuensi Berkunjung .....	73
<b>BAB III .....</b>	<b>75</b>
<b>PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING .....</b>	<b>75</b>
<b>(Studi pada Konsumen Portobello Café Semarang) .....</b>	<b>75</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>174</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>174</b>
4.1. Kesimpulan .....	174
4.2. Saran .....	175

**DAFTAR PUSTAKA..... 178**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pra Survey Variable Kualitas Pelayanan Portobello Café Semarang .....	7
Gambar 1. 2 Hasil Review Konsumen Portobello Café.....	8
Gambar 1. 3 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 1. 4 Model Regresi Dua Tahap.....	52
Gambar 3. 1 Pengujian Hipotesis dengan t-Test Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli.....	127
Gambar 3. 2 Pengujian Hipotesis dengan t-Test Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	131
Gambar 3. 3 Pengujian Hipotesis dengan t-Test Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli .....	135
Gambar 3. 4 Pengujian Hipotesis dengan t-Test Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	139
Gambar 3. 5 Pengujian Hipotesis dengan t-Test Variabel Minat Beli terhadap .....	142
Gambar 3. 6 Metode Uji Mediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening .....	143
Gambar 3. 7 Kerangka Uji Sobel Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	149
Gambar 3. 8 Hasil Uji Sobel Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli.....	150

Gambar 3. 9 Metode Uji Mediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening .....	151
Gambar 3. 10 Kerangka Uji Sobel Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening .....	158
Gambar 3. 11 Hasil Uji Sobel Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli.....	159

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Portobello Cafe Tahun 2015-2019.....	6
Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 1. 3 Definisi Operasional .....	37
Tabel 1. 4 Skala Likert.....	45
Tabel 1. 5 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	49
Tabel 2. 1 Menu Makanan Portobello Semarang.....	63
Tabel 2. 2 Menu Minuman Portobello Semarang .....	64
Tabel 2. 3 Usia Responden.....	68
Tabel 2. 4 Jenis Kelamin Responden .....	69
Tabel 2. 5 Pendidikan Terakhir Responden .....	70
Tabel 2. 6 Pekerjaan Responden .....	71
Tabel 2. 7 Pendapatan Responden .....	72
Tabel 2. 8 Menu yang Sering Dibeli Responden .....	73
Tabel 2. 9 Frekuensi Berkunjung.....	74
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1).....	77
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2) .....	78
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Minat Beli (Z) .....	80
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	81
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	82
Tabel 3. 6 Produl yang disajikan Portobello Café memiliki aroma yang sedap .....	84
Tabel 3. 7 Produk yang disajikan Portobello Café terasa lezat.....	85
Tabel 3. 8 Porsi produk yang disajikan Portobello Café sudah pas .....	86
Tabel 3. 9 Penataan produk yang disajikan Portobello Café menarik perhatian konsumen .....	88
Tabel 3. 10 Menu yang disajikan Portobello Café mempunyai pilihan yang variatif	89
Tabel 3. 11 Rata-rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk.....	90
Tabel 3. 12 Kategorisasi Variabel Kualitas Produk .....	93

Tabel 3. 13 Karyawan Portobello Café berpenampila rapih dalam melayani pelanggan .....	95
Tabel 3. 14 Karyawan Portobello Café memiliki sikap yang ramah terhadap konsumennya .....	96
Tabel 3. 15 Karyawan Portobello Café tanggap dalam memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.....	97
Tabel 3. 16 Karyawan Portobello Café mampu menyajikann produk dengan cepat .	98
Tabel 3. 17 Karyawan Portobello Café tanggap dalam menangani keluhan .....	99
Tabel 3. 18 Karyawan Portobello Café mampu menyajikann produk dengan cepat	100
Tabel 3. 19 Rata-rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan	101
Tabel 3. 20 Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan .....	104
Tabel 3. 21 Minat konsumen untuk membeli produk di Portobello Café.....	106
Tabel 3. 22 Menjadikan Gelael Ciputra Mall sebagai Preferensi Utama.....	107
Tabel 3. 23 Mencari informasi terkait produk Portobello Café sebelum melakukan pembelian .....	108
Tabel 3. 24 Keinginan untuk merekomendasikan Portobello Café kepada orang lain .....	109
Tabel 3. 25 Rata-rata Jawaban Responden Mengenai Kualitas Pelayanan.....	110
Tabel 3. 26 Kategorisasi Variabel Kepuasan Pelanggan .....	112
Tabel 3. 27 Keyakinan dalam memilih Portobello Café sebagai tempat berkumpul .....	114
Tabel 3. 28 Tingkat keseringan konsumen melakukan pembelian makanan dan minuman di Portobello Café .....	115
Tabel 3. 29 Kesiediaan Konsumen untuk Merekomendasikan Portobello Café.....	117
Tabel 3. 30 Keinginan untuk Melakukan Pembelian Ulang pada Portobello Café .	118
Tabel 3. 31 Rata-rata Jawaban Responden mengenai Keputusan Pembelian.....	119
Tabel 3. 32 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	122
Tabel 3. 33 Hasil Uji Korelasi Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	124



Tabel 3. 34 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Kualitas Produk terhadap Minat Beli .....	125
Tabel 3. 35 Hasil Uji Korelasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian....	128
Tabel 3. 36 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	129
Tabel 3. 37 Hasil Uji Korelasi Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli.....	132
Tabel 3. 38 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli .....	133
Tabel 3. 39 Hasil Uji Korelasi Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	136
Tabel 3. 40 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	137
Tabel 3. 41 Hasil Uji Korelasi Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	140
Tabel 3. 42 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	141
Tabel 3. 43 Regresi Kualitas Produk terhadap Minat Beli .....	144
Tabel 3. 44 Regresi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	145
Tabel 3. 45 Regresi Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian .....	146
Tabel 3. 46 Regresi Kualitas Produk dan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian .....	147
Tabel 3. 47 Hasil Regresi, Koefisien, dan Signifikansi (Kualitas Produk, Minat Beli, dan Keputusan Pembelian).....	148
Tabel 3. 48 Regresi Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli.....	152
Tabel 3. 49 Regresi Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian .....	153
Tabel 3. 50 Regresi Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian .....	154
Tabel 3. 51 Regresi Kualitas Pelayanan dan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian .....	155
Tabel 3. 52 Hasil Regresi, Koefisien, dan Signifikansi (Kualitas Pelayanan, Minat Beli, dan Keputusan Pembelian).....	157