PENGARUH HARGA, PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WAROENG SS (SPESIAL SAMBAL) SAPUGARUT KABUPATEN PEKALONGAN

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

RISKA FAJRIANA
NIM. 2013115010

JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2022

PENGARUH HARGA, PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WAROENG SS (SPESIAL SAMBAL) SAPUGARUT KABUPATEN PEKALONGAN

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

RISKA FAJRIANA
NIM. 2013115010

JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN

2022

SURAT PERNYATAAN

KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : RISKA FAJRIANA

NIM : 2013115010

Judul Skripsi : **PENGARUH HARGA, PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WAROENG SS (SPESIAL SAMBAL) SAPUGARUT KABUPATEN PEKALONGAN**

Menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sebelumnya. Apabila Skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 21 Juni 2022
Yang Menyatakan

RISKA FAJRIANA
NIM. 2013115010

NOTA PEMBIMBING

Drajat Stiawan, M.Si.
Perum Gria Alya No. A 10 Petukangan Wiradesa

Lamp : 2 (Dua) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Riska Fajriana

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Pekalongan

c.q Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

di Pekalongan

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya sampaikan naskah skripsi saudari:

Nama : RISKA FAJRIANA

NIM : 2013115010

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : **PENGARUH HARGA, PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WAROENG SS (SPESIAL SAMBAL) SAPUGARUT KABUPATEN PEKALONGAN**

Dengan ini agar skripsi saudari tersebut dapat segera di munaqosahkan.

Demikian nota pembimbing dibuat untuk segera digunakan sebagai mana semestinya. Atas perhatianya saya sampaikan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Pekalongan, 21 Juni 2022

Drajat Stiawan, M.Si.
NIP. 19830118 201503 1 001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Pahlawan Rowolaku No.52 Kajen Kabupatern Pekalongan
Telp. (0285) 412575 / Fax (0285) 423418
Website : febi.iainpekalongan.ac.id Email: febi@iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : **RISKA FAJRIANA**
NIM : **2013115010**
Judul Skripsi : **PENGARUH HARGA, PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WAROENG SS (SPESIAL SAMBAL) SAPUGARUT KABUPATEN PEKALONGAN**

Telah diujikan pada hari Kamis, tanggal 7 Juli 2022 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I	Penguji II
Dr. AM. Muh. Khafidz MS, M. Ag.	**Rinda Asytuti, M.Si**
NIP. 197806162003121003	**NIP. 197712062005012002**

Pekalongan, 15 Juli 2022
Disahkan Oleh Dekan,

Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati S.H., M.H.
NIP. 19750220 199903 2 001

PERSEMBAHAN

Persembahan tertinggi hanyalah kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya. Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Karya sederhana ini saya persembahkan kepada:

1. Ayahanda Thoriqin dan Ibunda Lina tercinta, terima kasih tak terhingga atas segala jerih payah, semangat, cinta dan kasih, doa dan nasihat yang tak ternilai harganya
2. Adek saya Syarif, terimakasih untuk dukungannya.
3. Keluarga besar tercinta, yang selalu ada untuk memberikan dukungan, doa, dan semangat
4. Untuk orang yang saya sayangi yang sudah saya anggap sebagai bagian dari hidup saya akhir-akhir ini, sudah banyak memberikan semangat yang tiada henti,
5. Sahabat virtual saya Sania yang telah membantu saya menikmati perjalanan yang sulit, dan terus menerus memotivasi saya.
6. Sahabat yang seperti saudara seperjuangan (Dita, Aey, Nyemong, Anggi, Lala dan Ana) selalu menemani dalam suka dan duka,support kalian sangat luar biasa.
7. Teman seperjuangan PPL, KKN, dan Jurusan Ekonomi Syariaih angakatn 2015.
8. Tempat saya dulu bekerja PT. Pegadaian & Rekan Kerja yang telah mensuport saya.
9. Semua pihak yang telah berpartisipasi dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Terimakasih untuk semuanya. Semoga tulisan sederhana ini mampu membanggakan kalian dan semoga penulis dapat meneruskan studi dan pekerjaan ke jenjang yang lebih tinggi lagi. Amiin.

MOTTO

″ Jangan menjelaskan tentang dirimu kepada siapapun. Karena yang menyukaimu tidak butuh itu dan yang membencimu tidak percaya itu ″

(Ali bin Abi Thalib)

‘‘ Bahkan sebuah kesalahan akan berubah menjadi satu hal penting untuk sebuah pencapaian berharga’’

(Henry Ford)

‘‘Beri nilai dari usahanya jangan dari hasilnya. Baru kita bisa mengerti kehidupan’’

(Albert Eisten)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, pelayanan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Waroeng SS (Spesial Sambel) Sapugarut Kabupaten Pekalongan.

Jenis metode penelitian ini yaitu *field research*. *Field research* adalah penelitian yang mempergunakan data yang didapat dari studi lapangan melalui cara melakukan pengamatan, pencatatan, serta pengumpulan beberapa data ataupun informasi yang ada di lapangan studi kasus dan survey. Pada penelitian ini, peneliti mempergunakan angket yang akan diberikan kepada responden dimanapun tempatnya peneliti bertemu dengan responden yang memenuhi kriteria. Penelitian ini mempergunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dijadikan obyek pada penelitian ini yaitu random sampling konsumen Waroeng SS (Spesial Sambel) Sapugarut Kabupaten Pekalongan dengan jumlah 96 konsumen. Kemudian data yang diperoleh diolah dengan SPSS. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji instumen, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil nilai t hitung pada variabel harga sebesar 4,210 yang menunjukan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel pelayanan sebesar 2,032 yang mana variabel pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Untuk variabel kualitas produk sebesar 2,581. Kemudian pada kualitas produk dapat dikatakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel independent secara parsial memiliki pengaruh masing-masing yang significant tehadap variabel dependent yaitu keputusan pembelian.. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan hasil: (1) harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. (2) pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. (3) kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian
.

Kata Kunci : Harga, Pelayanan, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, service, and product quality on purchasing decisions at Waroeng SS (Special Sambel) Sapugarut, Pekalongan Regency.

This type of research method is field research. Field research is research that uses data obtained from field studies by observing, recording, and collecting some data or information in the field of case studies and surveys. In this study, researchers used a questionnaire that would be given to respondents wherever the researcher met the respondents who met the criteria. This research uses a quantitative approach. The population used as the object of this research is a random sampling of consumers of Waroeng SS (Special Sambel) Sapugarut, Pekalongan Regency with a total of 96 consumers. Then the data obtained is processed with SPSS. The analysis used in this research includes instrument test, classical assumption test, multiple linear regression test.

Based on the results of the t-count value on the price variabel of 4.210 which shows that the price variabel has an effect on purchasing decisions. The service variabel is 2.032 where the service variabel has a positive effect on purchasing decisions. For product quality variabel of 2,581. Then the product quality can be said to have a significant influence on purchasing decisions. It can be concluded that the independent variabels partially have a significant influence on the dependent variabel, namely purchasing decisions. Based on the test results, the results show: (1) price has a positive effect on purchasing decisions. (2) service has a positive effect on purchasing decisions. (3) product quality has a positive effect on purchasing decisions.

Keywords: Price, Service, Product Quality, and Buying Decision

KATA PENGANTAR

بسم‌الله الرحمن الر حيم

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Harga, Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Waroeng SS (Sambal Spesial) Sapugarut Kabupaen Pekalongan". sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di IAIN Pekalongan dan sebagai sumbangsih terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Ekonomi Syariah. Shalawat dan salam senantiasa juga tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini selesai bukan semata dari hasil karya tangan penulis sendiri, tetapi juga karena bantuan dari beberapa pihak yang dengan tulus meluangkan waktu meski hanya sekadar menuangkan aspirasi maupun memberi motivasi kepada penulis. Karena itu sudah sepantasnya pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih, kepada:

1. Bapak Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan beserta para Wakil Rektor IAIN Pekalongan
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan beserta para Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Syafi'i M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.
4. Ibu Happy Sista Devy M.M selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.
5. Bapak Abdul Hamid selaku Dosen Wali.
6. Bapak Drajat Setiawan, selaku Dosen Pembimbing yang selalu membimbing dan memberikan arahan, nasihat, serta dukungan.
7. Dosen-dosen Jurusan Ekonomi Syariah dan dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan beserta seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.

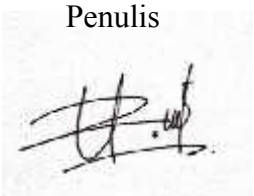
8. Ayahanda dan Ibu tercinta, terima kasih tak terhingga atas segala jerih payah, semangat, cinta dan kasih, doa dan nasihat yang tak pernah henti, serta kerja keras yang tak ternilai harganya.
9. Adik saya yang mendukung saya.
10. Keluarga besar tercinta, yang selalu ada untuk memberikan dukungan, doa, dan semangat.
11. Untuk orang yang saya sayangi, yang sudah saya anggap sebagai bagian dari hidup saya akhir-akhir ini, sudah banyak memberikan semangat yang tiada henti,
12. Sahabat virtual saya Sania yang telah membantu saya menikmati perjalanan sulit, dan terus menerus memotivasi saya.
13. Sahabat yang sudah seperti saudara seperjuangan (Aey, Anggi, Dita, Lala, Nyemong, dan Ana) selalu menemani dalam suka maupun duka. Support kalian sangat luar biasa.
14. Teman seperjuangan PPL, KKN, dan Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2015.
15. Tempat saya dulu bekerja PT. Pegadaian, Seluruh rekan Kerja yang telah mensuport saya.
16. Semua pihak yang telah berpartisipasi dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Selanjutnya, penulis menyadari bahwa dalam penyajian, pemilihan kata, dan pembahasan materi, skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan semua pihak yang telah memberikan doa, dukungan serta bantuan dalam penulisan skripsi ini.

Pekalongan, 21 Juni 2022

Penulis



RISKA FAJRIANA
NIM. 2013115010

DAFTAR ISI

JUDUL i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA..... ii
NOTA PEMBIMBING..... iii
PENGESAHAN SKRIPSI iv
MOTO v
PERSEMBAHAN vi
ABSTRAK vii
KATA PENGANTAR..... ix
DAFTAR ISI xi
PEDOMAN TRANSLITERASI..... xiii
DAFTAR TABEL xvi
DAFTAR BAGAN..... xvii
DAFTAR LAMPIRAN..... xviii

BAB I **PENDAHULUAN** 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 8
C. Batasan Masalah..... 8
D. Tujuan Penelitian..... 9
E. Kegunaan Penelitian 9
F. Sistematika Pembahasan 10

BAB II **LANDASAN TEORI** 12
A. Analisis Teori 12
1. Harga..... 12
2. Pelayanan..... 13
3. Kualitas Produk 15
4. Keputusan Pembelian 16
B. Penelitian Terdahulu 19
C. Kerangka Berpikir 24
D. Hipotesis..... 25

BAB III **METODE PENELITIAN**..... 27
A. Metodogi Penelitian 27
1. Jenis Penelitian 27
2. Pendekatan Penelitian..... 27
3. Variabel Penelitian..... 27
4. Definisi Operasional Variabel 29
5. Populasi dan Sampel Penelitian..... 30
6. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data 31
7. Sumber Data..... 32
8. Teknik Analisis Data..... 32

BAB IV ANALISI DATA 41
A. Deskripsi Objek Penelitian 41
1. Profil Waroeng SS (Spesial Sambal) 41
2. Visi, Misi dan Motto Layanan 42
3. Produk-produk Waroeng SS (Spesial Sambal) 43
B. Deskripsi Data Responden 43
1. Jenis Kelamin 43
2. Usia Responden 44
3. Pekerjaan 44
C. Analisis Data 45
1. Analisis Deskriptif 45
2. Uji Instrumen 46
3. Uji Asumsi Klasik 48
4. Analisis Uji Regresi Uji t 50
5. Analisis Uji Regresi Uji F 53
D. Pembahasan Hasil Penelitian 54

BAB V PENUTUP 59
A. Simpulan 59
B. Saran 60

DAFTAR PUSTAKA 62
LAMPIRAN-LAMPIRAN

PEDOMAN TRANSLITERASI

Berdasarkan surat keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor : 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1998.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif		
ب	ba’	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	Ś	s (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha’	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ẓ	zet (dengan titik diatas)
ر	ra'	R	Er
ز	Z	Z	Zet
س	S	S	Es
ش	Sy	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	T	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	M	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	ha’	Ha	Ha

ء	hamzah	~	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

II. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap yang disebabkan oleh *syaddah* ditulis rangkap.
Contoh :نزل = *nazzala*
بهنّ = *bihinna*

III. Vokal Pendek

Fathah (o`_) ditulis a, *kasrah* (o_) ditilis I, dan *dammah* (o _) ditulis u.

IV. Vokal Panjang

Bunyi a panjang ditulis a, bunyi I panjang ditulis i, bunyi u panjang ditulis u, masing-masing dengan tanda penghubung (~) diatasnya.
Contoh :

1. Fathah + alif ditulis a, seperti فلا ditulis*fala.*
2. Kasrah + ya' mati ditulis I seperti :تفصيل, ditulis *tafsil.*
3. Dammah + wawu mati ditulis u, seperti أصول,ditulis*usul*.

V. Vokal Rangkap

1. Fathah + ya' mati ditulis ai الزهيلي ditulis *az-Zuhaili*
2. Fathah + wawu ditulis au الدولة ditulis *ad-Daulah*

VI. Ta' Marbuthah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis ha. Kata ini tidak diperlakukan terhadap arab yang sudah diserap kedalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali bila dikendaki kata aslinya.
2. Bila disambung dengan kata lain (frase), ditulis h, contoh: بداية الهداية ditulis *bidayah al-hidayah*.

VII. Hamzah

1. Bila terletak diawal kata, maka ditulis berdasarkan bunyi vocal yang mengiringinya, seperti أن ditulis *anna*.
2. Bila terletak diakhir kata, maka ditulis dengan lambing apostrof,(,) seperti شيئ ditulis *syai,un*.
3. Bila terletak ditengah kata setelah vocal hidup, maka ditulis sesuai dengan bunyi vokalnya, seperti ربائب ditulis *raba'ib*.
4. Bila terletak ditengah kata dan dimatikan, maka ditulis dengan lambang apostrof (,) seperti تاخذون ditulis *ta'khuzuna*.

VIII. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila ditulis huruf qamariyah ditulis al, seperti البقرة ditulis *al-Baqarah.*
2. Bila diikuti huruf syamsiyah, huruf 'I' diganti dengan huruf syamsiyah yang bersangkutan, seperti النساء ditulis *an-Nisa'*.

IX. Penulisan Kata-kata Sandang dalam Rangkaian Kalimat

Dapat ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dan menurut penulisannya, seperti : ذوي الفروض ditulis *zawi al-furud* atau أهل السنة ditulis *ahlu as-sunnah.*

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Restoran/Rumah Makan	3
Tabel 1.2	Jumlah Pengunjung Waroeng Spesial Sambal	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1	Variabel dan Indikator	29
Tabel 4.1	Data Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2	Data Usia Responden	44
Tabel 4.3	Data Pekerjaan	44
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas	46
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabelitas	47
Tabel 4.6	Uji Normalitas	48
Tabel 4.7	Uji Multikolinieritas	49
Tabel 4.8	Uji Heteroskedestisitas	50
Tabel 4.9	Hasil uji t	50
Tabel 4.10	Uji F (simultan)	52
Tabel 4.11	Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)	53
Tabel 4.12	Hasil uji regresi linear berganda	53

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir 24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Kuesioner, I
Lampiran 2 Gambar Waroeng Spesial Sambal, V
Lampiran 3 Data Responden, VI
Lampiran 4 Hasil Uji, IX
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup, XIII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis yang berkembang di Indonesia saat ini sangat pesat. Hal ini sangat dipengaruhi oleh perubahan-perubahan yang ada dalam bisnis modern dengan munculnya produk barang maupun jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan masing-masing produk maupun jasa tersebut. Perusahaan harus mampu menciptakan unsur pembeda produk dan tawarannya dipasar. Masing-masing tawaran perusahaan mempresentasikan ide yang besar dan berbeda dibenak konsumen yang menjadi sasarannya (Saputro, Gunawan Adi;, 2010).

Dari semua bisnis yang berkembang saat ini, salah satunya adalah bisnis kuliner. Bisnis kuliner ini terus berkembang karena makanan merupakan kebutuhan pokok bagi manusia. Sehingga menjadikan bisnis kuliner memiliki persaingan yang ketat.

Pemahaman perusahaan berawal dari produk, selanjutnya disesuaikan dengan *price*, *promotion* dan *place*. Pemikiran yang berorientasi pada pasar dan konsumen merupakan kebutuhan yang tidak dapat dielak lagi di era persaingan bisnis yang *hypercompetition*. Era ini diyakini pula sebagai era dengan ketidakpastian yang dibarengi dengan munculnya fase pertumbuhan yang tidak menentu. Salah satu penyebabnya adalah tingginya tingkat persaingan di dunia baik bisnis lokal maupun global. Tingkat persaingan yang ketat antara

perusahaan menyebabkan perusahaan harus benar-benar memikirkan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan tersebut.

Di era sekarang mobilitas masyarakat sangatlah tinggi, setelah masyarakat kembali beraktivitas secara normal banyak para pekerja yang menghabiskan waktu di luar rumah. Hal itu menjadikan mereka menginginkan sesuatu yang praktis untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dengan seringnya mereka menghabiskan waktu diluar rumah, para pekerja akan lebih sering untuk memenuhi kebutuhan makanan diluar rumah. Itu lebih memudahkan mereka memilih menu makanan yang sesuai dengan serela mereka. Tidak hanya untuk kebutuhan makan, mereka juga akan mencari tempat yang makan yang nyaman. Karena untuk mengembalikan kondisi tubuh setelah seharian melakukan pekerjaan.

Para pelaku konsumen yang terus menghabiskan waktu diluar untuk memenuhi kebutuhan makannya menjadikan hal ini sebagai kebiasaan yang tak terpisahkan di kehidupan modern. Ini menjadikan usaha rumah makan juga akan menyediakan produk makanan yang sesuai dengan konsumen dan tempat yang memiliki suasana yang nyaman. Karena disamping untuk tempat memenuhi kebutuhan makan, rumah makan atau restoran juga sebagai tempat untuk berkumpul bahkan bersosialisasi, hal inilah menjadikan bisnis kuliner terus bertambah dari tahun ke tahun khususnya di daerah Jawa Tengah.

Tabel 1.1
Jumlah Restoran/Rumah Makan Menurut Kabupaten Kota di Provinsi Jawa Tengah 2019-2021

Tahun	Total Restoran/Rumah Makan	Perubahan	Prosentase
2019	**3658**		
2020	**3509**	**149**	**-4.1%**
2021	**2119**	**1390**	**-39,6%**

Sumber : Badan Pusat Statistik 2019-2021

Berdasarkan data diatas, terlihat dalam 3 tahun terakhir jumlah usaha restoran mengalami banyak penurunan ditahun 2021. Tentu saja itu dikarenakan pandemi yang terjadi diantara tahun 2020 sampai 2021. Jumlah usaha restoran atau rumah makan di Jawa Tengah pada tahun 2019 berada di angka 3658, untuk tahun 2020 jumlah tersebut mengalami penurunan menjadi 3509, sedangkan untuk tahun 2021 jumlahnya menurun drastis menjadi 2116. Meskipun terdampak pandemi, tidak sedikit dari para pelaku konsumen berhenti menghabiskan waktu untuk memenuhi kebutuhan makan mereka di luar rumah. Masih banyak juga restoran atau rumah makan yang memilih untuk meneruskan usaha tersebut, dikarenakan usaha ini masih akan terus berkembang dilihat dari terus berkurangnya jumlah orang yang terkena virus *corora/omicron*.

Waroeng Spesial Sambal SS berdiri pada tahun 2002 di barat Graha Saba Pramana UGM, dengan konsep warung tenda. Usaha rumah makan ini memiliki banyak varisasi sambal, hingga saat ini 34 jenis sambal sudah dimasukan kedalam menu mereka sebagai pelengkap lauk pauk dan nasi, dengan tingkat kepedasan sambal di atas rata-rata. Saat ini Waroeng Sambal SS mempunyai 98 cabang di seluruh Indonesi yang tersebar di Jawa, Bali, Sumatra

(www.waroengss.com). Salah satunya adalah Waroeng Sambal SS Cabang Sapugarut.

Waroeng Spesial Sambal Cabang Sapugarut ini berdiri pada 24 Oktober 2017. Terletak pada Jalan Raya Sapugarut No. 277. Waroeng Spesial Sambal ini terletak dijalan utama yang merupakan lokasi strategis dan mudah diakses. Waroeng Spesial Sambal ini akan ramai terutama pada jam makan siang, malam dan hari libur. Meskipun ramai, ada beberapa orang yang rela mengantri untuk memenuhi kebutuhan makanan mereka. Berikut ini adalah data jumlah pengunjung Waroeng Spesial Sambal Cabang Sapugarut tahun 2021.

Tabel 1.2
Jumlah Pengunjung Waroeng Spesial Sambal
Cabang Sapugarut Tahun 2021

Bulan	Jumlah Pengunjung	Perubahan
Jan	**7821**	
Feb	**7350**	**-471**
Mar	**7972**	**+442**
Apr	**5730**	**-2242**
Mei	**7742**	**+2012**
Jun	**6292**	**-1450**
Jul	**8621**	**+2329**
Agu	**6906**	**-1715**
Sep	**7043**	**+137**
Okt	**6967**	**-76**
Nov	**7134**	**+167**
Des	**7572**	**+438**

Sumber : Waroeng Spesial Sambal Sapugarut

Dari tabel diatas dapat diliat jumlah pengunjung Waroeng Spesial Sambal Cabang Sapugarut mengalami kenaikan dan penurunan di setiap bulannya. Penurunan terbesar terlihat pada bulan April 2021 yaitu dari 7972 menjadi 5730 atau sekitar 45,6%. Hal ini terjadi karena pada April 2021 merupakan bulan Ramadhan dimana sebagian besar masyarakat Sapugarut dan sekitarnya

merupakan warga muslim yang menjalankan ibadah puasa. Dengan berkurangnya jam operasional juga berdampak pada jumlah pengunjung yang berkurang. Kemudian pada bulan Juli pengunjung mengalami peningkatan yang cukup tinggi yaitu dari 6293 menjadi 8621 pengunjung. Dengan rata-rata pengunjung sebesar 7262 pengunjung perbulan.

Waroeng Spesial Sambal sendiri setiap harinya selalu dipenuhi oleh pengunjung yang ingin memenuhi kebutuhan makanan mereka. Bahkan mereka rela mengantri untuk dapat menikmati makanan dan minuman di Waroeng Spesial Sambal Cabang sapugarut ini. Warung SS sendiri bisa bertahan dari warung-warung lainnya karena beberapa fakor. Salah satunya menu dan produk yang ditawarkan oleh warung SS bervariasi. Di sisi lain cita rasa yang diberikan juga memiliki rasa khas seperti rasa rumahan. Sehingga warung SS mampu bertahan dari warung-warung yang lainnya.

Ada beberapa restoran / rumah makan terdekat dari Waroeng Spesial Sambal yang sejenis tapi para pelaku konsumen ini lebih memilih Waroeng Spesial Sambal jika diliat dari banyaknya kendaraan yang terparkir ditempat yang sudah disediakan oleh Waroeng Spesial Sambal. Hal ini dapat menggambarkan bahwa besarnya minat masyarakat (khususnya masyarakat di daerah sapugarut dan sekitarnya) yang ingin menikmati makanan dan minuman yang disediakan Warong Spesial Sambal Cabang Sapugarut ini.

Penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Maduretno Widowati Bentar (2018) dengan judul *"Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen."* Penelitian ini dilakukan denga metode deskriptif

kualitatif teknik analisis data regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Darmayan K.G, dan Yuliantini Mahardika (2020) dengan judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*." Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik analisis data regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, citra toko secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan, harga, dan citra toko secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen UD. Widya Partha.

Kemudian, penelitian yang telah dilakukan oleh Kadek Ayu Riska dan I Gusti Agung Ketut (2019) dengan judul "*Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian."* Penelitian ini meggunakan teknik analisis *partial leasta square (pls).* dengan hasil studi menemukan bahwa bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap citra mereka dan citra merek memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian di Warong Spesial Sambal Cabang Sapugarut ini ada beberapa faktor, salah satunya harga, pelayanan, dan kualitas produk.

Menurut Philip Kotler, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah produk, harga, lokasi dan promosi. Dimana beberapa faktor tersebut berasal dari pemasar dan dapat mempengaruhi konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian (Philip Kotler dan A.B Susanto, 1999).

Harga merupakan faktor penting yang akan menjadi sebuah pertimbangan para konsumen untuk membeli. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar untuk mendapatkan hak suatu produk (Howkins Best dan coney, 2001). Jika suatu produk sudah konsumen pilih itu artinya mereka sudah setuju dengan harga yang ditawarkan. Harga juga memiliki peranan penting tidak hanya dalam produk tetapi juga dalam mengomunikasikan kualitas dari pelayanan tersebut. Untuk mengasosiasikannya, harga yang tinggi dengan tingkat kinerja suatu produk dan pelayanan yang tinggi pula.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu kunci lain keberhasilan. Kepercayaan konsumen juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan serta kualitas produk yang baik dengan strategi penetapan harga yang kompetitif. Kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik (Supranto, 2006). Sedangkan kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yand dinyatakan atau diimplikasikan (Philip Kothler dan Gary Amstrong, 2008).

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk mengkaji tentang ***"Pengaruh Harga, Pelayanan, Kualitas produk Terhadap Keputusan***

Pembelian Pada Waroeng Spesial Sambal Sapugarut Kabupaten Pekalongan"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka dapat diketahui perumusan masalah sebagai berikut.

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Waroeng SS (Spesial Sambel) Sapugarut Kabupaten Pekalongan?
2. Apakah terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Waroeng SS (Spesial Sambel) Sapugarut Kabupaten Pekalongan?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Waroeng SS (Spesial Sambel) Sapugarut Kabupaten Pekalongan?
4. Apakah terdapat pengaruh harga, pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Waroeng SS (Spesial Sambel) Sapugarut Kabupaten Pekalongan?

C. Batasan Masalah

Penelitian ini dilakukan di Waroeng SS (Spesial Sambal) Sapugarut Kabupaten Pekalongan. Batasan masalah dalam penelitian yang menjadi sampel merupakan masyarakat yang pernah berkunjung ke Waroeng Spesial Sambal.

Faktor-faktor yang menjadi analisis meliputi harga, pelayanan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Waroeng Spesial Sambal Sapugarut Kabupaten Pekalongan.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Waroeng SS (Spesial Sambel) Sapugarut Kabupaten Pekalongan.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Waroeng SS (Spesial Sambel) Sapugarut Kabupaten Pekalongan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Waroeng SS (Spesial Sambel) Sapugarut Kabupaten Pekalongan
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, pelayanan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Waroeng SS (Spesial Sambel) Sapugarut Kabupaten Pekalongan

E. Kegunaan Penelitian

Manfaat atau kegunaan yang dapat diambil dalam Penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Kegunaan Teoritis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang pengaruh harga, pelayanan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan pengayaan bagi pengembangan khasanah ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu ekonomi dan bisnis khususnya dalam bidang pemasaran. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi sebagai literatur untuk penelitian selanjutnya mengenai keputusan pembelian.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi Pihak Perusahaan dan Pengelola Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan khususnya dalam penentuan strategi pemasaran yang berorientasi pada keputusan pembelian.

F. Sistematika Pembahasan

Agar memudahkan dalam memahami topik pembahasan, maka akan di digambarkan pada sistematika yang meliputi 5 bab, setiap bab memuat sub-sub bab. Sistematika penulisan skripsi ini yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini meliputi Tujuan Penelitian, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Sistematika Penulisan dan Kegunaan Penelitian.

BAB II KERANGKA TEORI

Bab ini memuat Telaah Pustaka, Landasan Teori, Hipotesis Penelitian dan Kerangka Berpikir.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bab ini memuat terkait Jenis Penelitian dan Pendekatan, Definisi Operasional Variabel, Lokasi Penelitian, Sumber Data, Populasi dan Sampel, Teknik Pengumpulan Data serta Teknik Analisis Data yang meliputi Uji Asumsi Klasik, Uji Realibilitas dan Validitas, Uji Hipotesis dan Regresi Linear Berganda.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat terkait penjelasan hasil analisis Data yang meliputi Uji Asumsi Klasik, Uji Realibilitas dan Validitas, Uji Hipotesis dan Regresi Linear Berganda dan pembahasan faktor yang memberi pengaruh keputusan pembelian.

BAB V PENUTUP

Bab ini sebagai bab akhir pada penyusunan skripsi yang memuat kesimpulan dan saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakuakn melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data, dan menganalisa data mengenai pengaruh harga, pelayanan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Waroeng SS (Spesial Sambel) Sapugarut Kabupaten Pekalongan, dapat disimpulkan bahwa variabel harga, pelayanan, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Yang dapat kita simpulkan sebagai berikut:

1. Hasil uji t menunjukan bahwa nilai signifikansi harga sebesar 0,000 < 0,05 atau nilai t_{hitung} sebesar 4,210 > t_{tabel} 1,985, maka $H0_1$ ditolak dan Ha_1 diterima. Artinya variabel harga berpengaruh secara signifikan atau positif terhadap keputusan pembelian.
2. Hasil uji t menunjukan bahwa nilai signifikansi pelayanan sebesar 0,001 < 0,05 atau nilai t_{hitung} sebesar 2,032 > t_{tabel} 1,985, maka $H0_1$ ditolak dan Ha_1 diterima. Berdasarkan hasil penelitian ini terdapat pengaruh antara variabel pelayanan (X2) terhadap variabel keputusan pembelian, artinya ada pengaruh signifikan variabel pelayanan terhadap variabel keputusan pembelian.
3. Hasil uji t menunjukan bahwa nilai signifikansi harga sebesar 0,004 < 0,05 atau nilai t_{hitung} sebesar 2,581 > t_{tabel} 1,985, maka $H0_1$ ditolak dan Ha_1 diterima. Berdasarkan hasil penelitian ini terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk (X3) terhadap variabel keputusan pembelian, artinya ada

pengaruh signifikan variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian.

4. Hasil penelian ini dapat disimpulkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 30.772 dengan tingkat signifikasi 0,000. Maka dapat diketahui nilai sig. < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linear yang diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel harga, pelayanan, dan kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian. Hal ini dapat disimpulkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 30.772 > F_{tabel} (2,704) dengan tingkat signifikasi 0,000. Maka dapat diketahui F_{hitung} sebesar 30.772 > F_{tabel} (2,704) dan nilai sig. 0,000 < 0,05. Dengan ini secara simultan dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang significant tehadap variabel dependent yaitu keputusan pembelian.

B. Saran

1. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya yang membahas mengenai keputusan pembelian agar dapat lebih memperhatikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputussan pembelian, menambah jumlah populasi dan sample agar dimungkinkan hasil analisisnya lebih baik lagi.

2. Pembeli

Dengan adanya penelitian ini bisa menjadi informasi mengenai harga, palayanan, dan kualitas produk pada warung SS sehingga bisa menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian pada warung SS.

3. Bagi PT. Waroeng SS

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan pimpinan PT. Waroeng SS Pekalongan untuk meningkatkan pelayanan dalam membangun hubungan baik dengan konsumen dalam penggunaan harga, pelayanan, dan kualitas produk yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

Allysa, N., Maharani, N., & Estri, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Ozon Parfum Fragrance. *Prosiding Manajemen*, 775–779.

Aldini Nofta Martini, Ahmad Feriyansyah, & Sella Venanza. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, *2*(3), 132–142. https://doi.org/10.52005/aktiva.v2i3.82

Allysa, N., Maharani, N., & Estri, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Ozon Parfum Fragrance. *Prosiding Manajemen*, 775–779.

Armahadyani. (2018). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Makan Paâ€™Mur Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, *3*(2). https://doi.org/10.36805/manajemen.v3i2.253

A Mari, Y. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan.* Jakarta : Pranamedia Group.

Achmadi, C. N. (2013) *Metodologi Penelitian.* Jakarta: Bumi Aksara

Anwar, S. (1999). *Metode Penelitian.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Bentar, & Widowati, M. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KOSUMEN (Studi Kasus Pada Waroeng Spesial Sambal / SS Lampersari Semarang). *Fokus Ekonomi*, *13*(1), 62–79.

Bruno, L. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dangedi Desa Benteng Kabupaten Pangep. *Journal of Chemical Information and Modeling*, *53*(9), 1689–1699.

Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Darmawan, K. G., Yulianthini, N. N., & Mahardikha, A. . N. Y. M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *2*(1), 74. https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26202

Dr. Vladimir, V. F. (1967). ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, *1*(69), 5–24.

Engel. (2014). PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS WIFI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI WARUNG ANGKRINGAN. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 76–99.

Fauzi, M. (2009). *Metode Penilitian Kuantitatif* (sebuah pengantar), Semarang: Walisongo press

Fitrianty, Y. R. (2018). Pengaruh Harga Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Soraya Shop Plaju Palembang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, *53*(9), 1689–1699.

Ghozali, I. (2011). *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hamdani, R. L. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Jasa.* Jakarta: Erlangga.

Hidayah, D. A., & Suryawardana, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Lokasi dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Warung Bakso Pak War Semarang). *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, *16*(2), 61–79.

Howkins Best dan coney. (2001). *Costumer Behaviour : Building Marketing Strategy.*

Khotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.

KARTIKA PRATIWI. (2014). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RESTORAN THE MANHATTAN FISH MARKET. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.

Kelvinia, K., Putra, M. U. M., & Efendi, N. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, *11*(2), 85–98. https://doi.org/10.55601/jwem.v11i2.795

Komang, N., Andarista, D., Wayan, N., Mitariani, E., & Imbayani, I. G. A. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada MM Juice dan Restaurant Cabang Teuku Umar*. 222–233.

Luis, F., & Moncayo, G. (2021). *ANALISA KEPUASAN KONSUMEN WAROENG SPESIAL SAMBAL "SS."* 105–128.

Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, *1*(01), 1–14.

Mamang, E. (2010). *Metodologi Penelitian.* Yogyakarta.

Martono, N. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Jakarta: PT Raya Grafindo Persada.

Morissan. (2017). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.

Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, *8*(3), 1374. https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08

Prabowo, G. A. (2015). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada CV. Matahari Pink Inspiration Madiun). *The 6th FIPA (Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi)*.

Pratama, B. N. (2016). Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Word Of Mouth (Studi Kasus Warung Spesial Sambal Cabang Bintaro 1). *Universitas Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 1–198.

Philip Kothler dan Gary Amstrong. (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran.* Erlangga.

Philip Kotler dan A.B Susanto. (1999). *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implemetasi, dan pengendalian.* Rajawali Pers.

Saputro, Gunawan Adi;. (2010). *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perencanan Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.

Sopiah, E. M. (2010). *Metode penelitian Pendekatan Praktis Dalam Penelitian.* Yogyakarta: 2010.

Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.* (Bandung: ALFABETA)

Supranto. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan* . Jakarta: Rineka Cipta.

Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran.* bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Torres, T. (2017). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI GULAI KEPALA IKAN BANK JO*. 111.

Wibowo, A. E. (2012). *Pendidikan Karakter.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar

www.waroengss.com. (2022, Maret Selasa). Retrieved from www.waroengss.com: https://www.waroengss.com/article/profile