

**PENGARUH HARGA, LOKASI, KUALITAS PRODUK  
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN  
(Studi Kasus Rumah Makan Gudril Sidabowa Patikraja  
Banyumas)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

**Oleh:**

**SITI AFIFAH  
NIM. 1522201069**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PURWOKERTO  
2019**

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Berdagang adalah salah satu jenis usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidup. Perdagangan yang dilakukan adalah kegiatan tukar menukar barang atau jasa antara penjual dan pembeli. Usaha perdagangan dalam ekonomi Islam merupakan usaha yang mendapatkan penekanan khusus, karena keterkaitannya secara langsung dengan sektor riil. Penekanan khusus kepada sektor perdagangan tersebut tercermin pada sebuah hadis Nabi yang menegaskan bahwa dari sepuluh pintu rezeki, sembilan diantaranya adalah berdagang.<sup>1</sup> Muhammad SAW seringkali menekankan pentingnya berbisnis dalam kehidupan manusia. Al Ashbahani meriwayatkan sabda Nabi Muhammad SAW sebagai berikut:<sup>2</sup>

إِنَّ أَطْيَبَ الْكَسْبِ كَسْبُ التَّجَارِ الَّذِينَ إِذَا حَدَّثُوا لَمْ يَكْذِبُوا وَإِذَا وَعَدُوا لَمْ يُخْلِفُوا وَإِذَا  
اْتُمِنُوا لَمْ يَخُونُوا وَإِذَا اشْتَرَوْا لَمْ يَذْمُوا وَإِذَا بَاعُوا لَمْ يَمْدَحُوا وَإِذَا كَانَ عَلَيْهِمْ لَمْ يَمْطُلُوا وَإِذَا  
كَانَ لَهُمْ لَمْ يُعَسِّرُوا

Artinya: “*Sesungguhnya sebaik-baik usaha adalah usaha perdagangan yang apabila mereka berbicara tidak berdusta, jika berjanji tidak menyalahi, jika dipercaya tidak khianat, jika membeli tidak mencela produk, jika menjual tidak memuji-muji barang dagangan, jika berhutang tidak melambatkan pembayaran, jika memiliki piutang tidak mempersulit*” (dari Mu’az bin Jabal diriwayatkan oleh Baihaqi dan dikeluarkan oleh As-Ashbahani).

---

<sup>1</sup> Munawarah, *Kaidah Penetapan Harga Sembilan Bahan Pokok di Pasar Besar Kota Palangka Raya*, (Skripsi tidak diterbitkan, Palangka Raya: Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Program Studi Ekonomi Islam, STAIN Palangka Raya, 2014), hlm. 1.

<sup>2</sup> Sulaeman Jajuli, *Ekonomi dalam al-Qur’an*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 242-243. [https://books.google.co.id/books?id=p4NJDwAAQBAJ&pg=PR5&dq=sulaeman+jajuli+ekonomi+dalam+al+quran&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjy4Ka93\\_vhAhU88HMBHUKJDSQQ6AEILjAB#v=onepage&q=sulaeman%20jajuli%20ekonomi%20dalam%20al%20quran&f=true](https://books.google.co.id/books?id=p4NJDwAAQBAJ&pg=PR5&dq=sulaeman+jajuli+ekonomi+dalam+al+quran&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjy4Ka93_vhAhU88HMBHUKJDSQQ6AEILjAB#v=onepage&q=sulaeman%20jajuli%20ekonomi%20dalam%20al%20quran&f=true) di akses pada 4 Oktober 2018, pukul 20:00 WIB.

Selain itu Allah juga menyebutkan anjuran berdagang menurut Islam dalam surah al-Baqarah ayat 275.<sup>3</sup>

...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...

Artinya: “ .... padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...” (QS. AL-Baqarah [2]: 275)

Islam sangat menganjurkan kegiatan usaha perdagangan sebagai salah satu bidang penghidupan, tetapi tetap melalui cara-cara yang dibenarkan oleh agama. Dengan demikian, kegiatan usaha perdagangan akan mempunyai nilai ibadah, apabila dilakukan sesuai dengan ketentuan agama dan diletakkan ke dalam kerangka ketaatan kepada Sang Pencipta.

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat seperti sekarang ini menyebabkan terjadinya persaingan yang ketat antara para pebisnis sehingga membuat para pengusaha mencari strategi yang tepat untuk bisa memasarkan produknya. Dengan terjadinya persaingan ini, mendorong para pebisnis pemilik perusahaan untuk dapat bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan bisnis yang sekarang ini bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian. Hal ini menuntut setiap perusahaan untuk bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan mempertahankan pembeli yang loyal.

Era Globalisasi telah menuntut adanya perubahan dalam segala bidang termasuk bidang pemasaran. Semakin tinggi tingkat persaingan di dalam dunia bisnis dan kondisi lingkungan yang penuh ketidakpastian memaksa perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing agar mampu memenangkan persaingan. Untuk bisa mencapai hal tersebut, para pemasar harus menerapkan konsep pemasaran modern karena mereka merupakan ujung tombak keberhasilan pemasaran.

---

<sup>3</sup> Malahayati, *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah*, (Yogyakarta, Jogja Great Publisher, 2010), hlm.37. [https://books.google.co.id/books?id=gAbL9c\\_AFJcC&pg=PP6&dq=Malahayati,+Rahasia+Sukses+Bisnis+Rasulullah&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiHi6GK7fvhAhVo63MBHS\\_NCrwQ6AEIKDAA#v=onepage&q=Malahayati%20Rahasia%20Sukses%20Bisnis%20Rasulullah&f=false](https://books.google.co.id/books?id=gAbL9c_AFJcC&pg=PP6&dq=Malahayati,+Rahasia+Sukses+Bisnis+Rasulullah&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiHi6GK7fvhAhVo63MBHS_NCrwQ6AEIKDAA#v=onepage&q=Malahayati%20Rahasia%20Sukses%20Bisnis%20Rasulullah&f=false), diakses pada 4 Oktober 2018, pukul 21:00 WIB.

Salah satu yang dianggap cukup ramai dalam persaingan yang semakin ketat ini adalah bisnis di bidang kuliner. Padatnya aktivitas di zaman modern dewasa ini menyebabkan kebanyakan orang tidak mempunyai banyak waktu luang untuk mempersiapkan sendiri makanan di rumah dan cenderung ingin menikmati makanan yang siap saji. Bisnis ini cukup menjanjikan karena kebutuhan utama yang harus dipenuhi orang yang tidak bisa diingkari adalah makanan.<sup>4</sup>

Keputusan pembelian yaitu pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan konsumen dalam pembelian. Keputusan untuk membeli mengarah kepada bagaimana proses dan pengambilan keputusan tersebut dilakukan. Banyak faktor yang menjadi bahan pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian pada suatu produk. Diantaranya yaitu harga, lokasi, kualitas produk dan kualitas layanan.

Harga merupakan salah satu faktor yang penting dalam pemasaran. Menetapkan harga yang terlalu tinggi dapat menyebabkan penjualan menurun, sebaliknya jika menetapkan harga terlalu rendah maka akan mengurangi keuntungan yang diperoleh perusahaan. Namun apabila harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang diperoleh, maka konsumen tidak akan terpengaruh banyak oleh harga.

Faktor lokasi suatu usaha juga mempengaruhi keberhasilan suatu usaha tersebut. Lokasi merupakan tempat dimana berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk dapat menjadikan produknya bisa diperoleh dan tersedia bagi konsumen. Dalam pemilihan lokasi usaha sebisa mungkin untuk memilih lokasi yang strategis, dekat dengan keramaian, serta akses menuju tempat tersebut mudah dan juga dekat dengan fasilitas-fasilitas yang mendukung seperti ATM, tempat ibadah dan lain-lain.

Setelah mempertimbangkan harga dan lokasi, konsumen juga mempertimbangkan kualitas produk (makanan) yang akan mereka beli.

---

<sup>4</sup> Fifyanita Ghanimata, *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)*, (Skripsi tidak diterbitkan, Semarang : Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro, 2012), hlm. 2.

Konsumen mengharapkan adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas produk yang mereka terima.

Kualitas produk menurut Kotler, “adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat”. Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan atau selera konsumen.<sup>5</sup>

Pelayanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen serta membantu menjaga jarak dengan pesaing. Jika perusahaan tidak dapat memenuhi maka akan menimbulkan ketidakpuasan. Biasanya pelanggan menilai kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu produk dengan cara membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.<sup>6</sup>

Rumah makan Gudril adalah salah satu rumah makan yang ada di daerah Banyumas. Rumah makan ini sudah berdiri sejak tahun 1981.<sup>7</sup> Gudril bukan merupakan rumah makan yang besar dan mewah seperti yang banyak berkembang sekarang ini. Namun rumah makan ini mempunyai letak lokasi yang sangat strategis yaitu berada di Jalan Raya Sidabowa-Patikraja tepatnya di Rt 3 Rw 6 desa Sidabowa. Dan rumah makan ini selalu ramai dikunjungi banyak konsumen.

---

<sup>5</sup> <https://anindyafaras04.wordpress.com/pendidikan/artikel-pendidikan/pengaruh-kualitas-produk-dan-harga-terhadap-kepuasan-konsumen-mie-sedap-pt-wings-food-surabaya/>, diakses pada tanggal 19 September 2018 pukul 20:00 WIB.

<sup>6</sup> Ika Putri Iswayanti, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Rumah Makan "Soto Angkring Mas Boed" di Semarang)", (Skripsi tidak diterbitkan, Semarang:Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, 2010), hlm. 2.

<sup>7</sup> Wawancara dengan Ibu H. Kamilah, pemilik rumah makan gudril pada 18 September 2018 pukul 16:00 WIB.

Kata Gudril merupakan kepanjangan dari “*Gaerahe Uwong Deso Remen Iwak Lunjar*” yang artinya semangat orang desa yang senang ikan lunjar. Ikan lunjar/ikan lembutan merupakan sebutan ikan kecil yang biasa hidup liar di sungai. Produk khas yang ditawarkan oleh rumah makan ini adalah ikan lunjar. Selain ikan lunjar juga masih ada jenis ikan lain yang disajikan diantaranya adalah ikan melem, udang, belut, ikan gurameh, dan lainnya. Selain produk dari ikannya, terdapat juga sayuran seperti uraban, lalaban, sayur bening, tahu, tempe/mendoan, pete dan jengkol di tambah dengan sambal. Dalam sehari, pengunjung yang datang ke rumah makan ini mencapai  $\pm 100$  orang. Sehingga dalam satu bulan maka  $100 \times 30 \text{ hari} = 3000$  pengunjung yang datang ke rumah makan ini.

Berikut adalah daftar menu dan harga makanan di rumah makan Gudril Sidabowa Patikraja Banyumas :<sup>8</sup>

**Tabel 1**  
**Daftar Menu dan Harga Makanan**

<b>Menu Makanan</b>	<b>Harga</b>
Paket Nasi Gurameh	Rp. 35.000,00
Paket Nasi Lembutan	Rp. 25.000,00
Paket Nasi Ikan Tawes	Rp. 25.000,00
Paket Nasi Ikan Mujaer	Rp. 25.000,00
Paket Nasi Sayur	Rp. 10.000,00
Paket Nasi Ayam Kampung	Rp. 25.000,00
Ikan Lembutan perkilogram	Rp. 200.000,00
Belut perkilogram	Rp. 200.000,00
Ikan Tawes perkilogram	Rp. 160.000,00
Ikan Melem	Rp. 160.000,00
Ikan Gabus	Rp. 160.000,00
Ikan Boso	Rp. 160.000,00
Es teh manis	Rp. 2.500,00
Es Jeruk/Jeruk Panas	Rp. 5.000,00

Sumber: data primer yang diolah

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Rumah Makan Gudril Sidabowa Patikraja Banyumas)**”.

<sup>8</sup> Wawancara dengan Ibu Hj. Kamilah pemilik Rumah Makan Gudril Sidabowa pada 3 Maret 2019, pukul 13:00 WIB.

## B. Definisi Operasional

### 1. Harga

Menurut Deliyanti Oentoro, harga (*price*) adalah suatu nilai tukar yang biasa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.<sup>9</sup>

### 2. Lokasi

Lokasi merupakan tempat di mana perusahaan tersebut didirikan dan akan menjalankan kegiatan usahanya. Perusahaan harus memilih lokasi yang strategis dalam menempatkan tokonya (Rumah Makan) di suatu kawasan/daerah yang dekat dengan keramaian dan aktivitas masyarakat. Karena apabila terjadi kesalahan dalam memilih lokasi akan berpengaruh besar pada kelangsungan hidup pemilik rumah makan.

### 3. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong, kualitas produk adalah kemampuan yang bisa dinilai dari suatu produk didalam menjalankan fungsinya, yang merupakan suatu gabungan dari daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk<sup>10</sup>

### 4. Kualitas Layanan

Kualitas layanan menurut Lewis dan Booms diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.<sup>11</sup>

### 5. Keputusan Pembelian

Menurut Schiffman dan Kanuk, Keputusan pembelian adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih konsumen pada pembelian . Sedangkan menurut Peter dan Olson, keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk

---

<sup>9</sup> Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasinya*, (Yogyakarta: 2016, CV Andi Offset), hlm. 216.

<sup>10</sup> Iful Anwar, *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*, (Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 4, No. 12, 2015), hlm. .

<sup>11</sup> Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: Andi, 2012), hlm. 157.

mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu di antaranya.<sup>12</sup>

Dari definisi di atas, maka judul *Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Rumah Makan Gudril Sidabowa Patikraja Banyumas)* akan membahas tentang keterkaitan antara Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Gudril dengan responden yaitu konsumen Rumah makan Gudril Sidabowa.

### C. Rumusan Masalah

Dari pemaparan latar belakang masalah diatas, secara umum dapat dirumuskan sebagai berikut: **Bagaimana harga, lokasi, kualitas produk dan kualitas layanan dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian di rumah Makan Gudril Sidabowa Patikraja Banyumas?**

Untuk lebih spesifiknya lagi, dari perumusan masalah di atas, dapat kita uraikan menjadi:

1. Apakah harga secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di rumah makan Gudril Sidabowa Patikraja Banyumas ?
2. Apakah lokasi secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di rumah makan Gudril Sidabowa Patikraja Banyumas?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di rumah makan gudril Sidabowa Patikraja Banyumas?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di rumah makan gudril Sidabowa Patikraja Banyumas?
5. Apakah harga, lokasi, kualitas produk, dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di rumah makan Gudril Sidabowa Patikraja Banyumas?

---

<sup>12</sup> Christy Jacklin Gerung, Jantje Sepang, Sjendry Loindong, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT Wahana Wirawan Manado*, (Jurnal EMBA), Vol. 5, No. 2, 2017.

6. Variabel manakah yang memiliki pengaruh tertinggi dalam mempengaruhi keputusan pembelian di rumah makan Gudril Sidabowa Patikraja Banyumas?
7. Variabel manakah yang mempunyai pengaruh rendah dalam mempengaruhi keputusan pembelian di rumah makan Gudril Sidabowa Patikraja Banyumas?

#### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### 1. Tujuan

- a. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di rumah makan Gudril Sidabowa Patikraja Banyumas
- b. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di rumah makan Gudril Sidabowa Patikraja Banyumas
- c. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di rumah makan Gudril Sidabowa Patikraja Banyumas
- d. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di rumah makan Gudril Sidabowa Patikraja Banyumas
- e. Mengetahui pengaruh harga, lokasi, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di rumah makan Gudril Sidabowa Patikraja Banyumas
- f. Mengetahui variabel mana yang berpengaruh tinggi terhadap keputusan pembelian di rumah makan gudril Sidabowa Patikraja Banyumas
- g. Mengetahui variabel mana berpengaruh rendah terhadap keputusan pembelian di rumah makan gudril Sidabowa Patikraja Banyumas.

##### 2. Manfaat

- a. Bagi penulis, dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang konsep harga, lokasi, kualitas produk dan kualitas layanan pada Rumah Makan Gudril Sidabowa Patikraja Banyumas.
- b. Bagi Rumah Makan Gudril, dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan dalam kaitannya meningkatkan minat konsumen untuk membeli makanan yang dipengaruhi oleh harga, lokasi, kualitas produk

dan kualitas layanan. Serta dapat dijadikan referensi bagi rumah makan gudril dalam melakukan kebijakan maupun evaluasi mengenai strategi yang diterapkan oleh perusahaan, sehingga dapat meningkatkan jumlah konsumen.

- c. Bagi pihak lain, dapat dijadikan referensi ilmiah lebih lanjut pada masalah yang berkaitan dengan harga, lokasi, kualitas produk, kualitas layanan dan keputusan pembelian.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang akan dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I, berisi pendahuluan/pengantar yang menjadi dasar penelitian yang didalamnya meliputi: latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II, memuat teori-teori yang berkaitan dengan pembahasan materi serta penelitian terdahulu, hipotesis dan kerangka teori yang digunakan terkait adanya pengaruh harga, lokasi, kualitas produk, kualitas layanan dan keputusan pembelian.

Bab III, membahas tentang metode penelitian yang digunakan dalam penelitian di Rumah Makan Gudril Sidabowa Patikraja Banyumas. Adapun metode penelitian disini meliputi jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel dan indikator penelitian, pengumpulan data, teknik pengumpulan data, skala dan pengumpulan data, serta uji analisis data yang digunakan dalam penelitian.

Bab IV, memuat tentang uraian hasil yang diperoleh dalam penelitian dan pembahasannya meliputi deskripsi objek penelitian, analisis data, serta pembahasan atas hasil pengolahan data.

Bab V, berisi penutup yang berupa kesimpulan dan saran untuk peneliti selanjutnya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh harga, lokasi, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di rumah makan Gudril Sidabowa, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel independen harga ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.709 dengan menggunakan sebesar 0,05 dengan nilai signifikan 0,000. Sehingga Variabel independen harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Gudril Sidabowa.
2. Variabel independen lokasi ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.383 dengan menggunakan sebesar 0,05 dengan nilai signifikan 0,000. Sehingga Variabel independen lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Gudril Sidabowa.
3. Variabel independen kualitas produk ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.792 dengan menggunakan sebesar 0,05 dengan nilai signifikan 0,000. Sehingga Variabel independen kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Gudril Sidabowa.
4. Variabel independen kualitas layanan ( $X_4$ ) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.779 dengan menggunakan sebesar 0,05 dengan nilai signifikan 0,000. Sehingga Variabel independen kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Gudril Sidabowa.
5. Di antara variabel harga ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ), kualitas produk ( $X_3$ ) dan kualitas layanan ( $X_4$ ), variabel yang paling tinggi berpengaruh dalam penelitian ini adalah variabel kualitas produk ( $X_3$ ). Hal ini ditunjukkan

oleh nilai koefisien korelasi yang diperoleh oleh kualitas produk lebih besar dari pada nilai koefisien korelasi dari variabel harga, lokasi dan kualitas layanan yaitu sebesar 0,792.

6. Di antara variabel harga ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ), kualitas produk ( $X_3$ ) dan kualitas layanan ( $X_4$ ), variabel yang paling rendah berpengaruh dalam penelitian ini adalah variabel lokasi ( $X_2$ ). Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi yang diperoleh oleh kualitas produk lebih besar dari pada nilai koefisien korelasi dari variabel harga, lokasi dan kualitas layanan yaitu sebesar 0,383.

Berdasarkan uji regresi ordinal Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa nilai *-2log likelihood* awal tanpa memasukkan variabel independen (*intercept only*) nilainya sebesar 125,345. Sedangkan nilai *-2log likelihood* dengan memasukkan variabel independen ke model (*final*) terjadi penurunan nilai menjadi 47,815. Perubahan nilai ini merupakan nilai *chi-square* yaitu 77,530 dan pada kolom *sig.* Apabila nilai *sig.* (0,05) berarti model signifikan. Nilai kolom *sig.* pada *model fitting information* sebesar 0.000 sehingga model signifikan. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel harga ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ), kualitas produk ( $X_3$ ) dan kualitas layanan ( $X_4$ ) bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ).

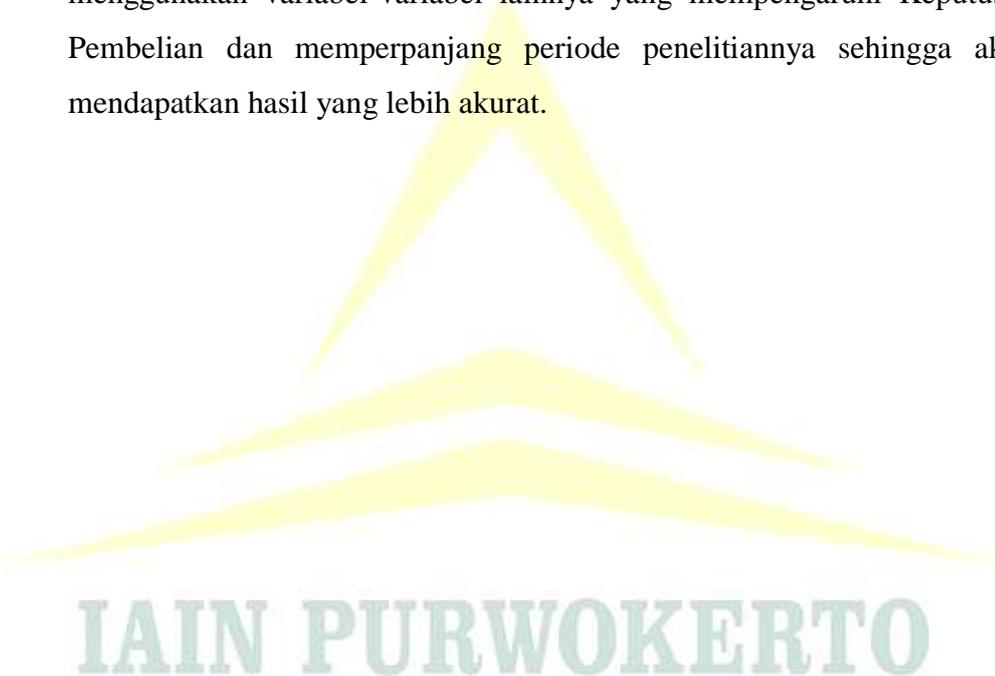
## B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan, maka saran yang dapat penulis ajukan adalah sebagai berikut:

1. Harga dari produk kuliner di Rumah Makan Gudril Sidabowa sudah sesuai dengan kualitas yang diberikan. Sebaiknya pemilik rumah makan Gudril Sidabowa tetap mempertahankan kualitas pelayanan yang ada.
2. Lokasi Rumah Makan Gudril Sidabowa berada di tempat yang cukup strategis, untuk menarik konsumen Rumah Makan Gudril perlu memasang billboard agar terlihat jelas oleh konsumen supaya konsumen tertarik.
3. Kualitas produk di Rumah Makan Gudril sudah baik, dan diharapkan Rumah Makan tetap mempertahankan kualitasnya dan berupaya terus

meningkatkan kualitas produknya.

4. Untuk kualitas pelayanan di Rumah Makan Gudril Sidabowa sudah baik, dan diharapkan tetap mempertahankan kualitas pelayanan yang baik terhadap konsumen dan diharapkan semakin baik pelayanannya agar konsumen nyaman dan puas terhadap pelayanan yang diberikan.
5. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dalam bidang pemasaran khususnya mengenai Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian. Disarankan menggunakan variabel-variabel lainnya yang mempengaruhi Keputusan Pembelian dan memperpanjang periode penelitiannya sehingga akan mendapatkan hasil yang lebih akurat.



IAIN PURWOKERTO

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ahmad Tanzeh. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Aprillia Dewi Ratnasari. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga, Vol. 3 No. 3.
- Avinda Novita Sari. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Shu-Shu Milkshake Purwokerto*. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Christy Jacklin Gerung, Jantje Sepang, Sjendry Loindong. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT Wahana Wirawan Manado*. Jurnal EMBA, Vol. 5, No. 2.
- Desy Purwanti Atmaja dan Martinus Febrian Adiwinata. 2013. *Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian di Kopitiam Oey Surabaya*. Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa Vol 2, No 1.
- Effendi M. Guntur. 2010. *Transformasi Manajemen Pemasaran + Membangun Citra Negara*. Jakarta: CV Sagung Seto.
- Eni Fitriani. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Halu Oleo*. Skripsi tidak diterbitkan, Kendari: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Universitas Halu Oleo.
- Era Savia, T. Makmur dan Edy Marsudi. 2017. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Konsumen Rumah Makan Aditya Jaya di Kabupaten Aceh Besar*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyiah, Vol. 2 No.1.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Pendidikan*. Yogyakarta: CV Andi.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

- Fandy Tjiptono. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.
- Farli dan Maria V.J. Tielung. 2015. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Salon Headquarters manado Town Square”, *Jurnal EMBA* Vol. 3 No. 1.
- Fifyanita Ghanimata. 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)*. Skripsi tidak diterbitkan, Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- <https://anindyafaras04.wordpress.com/pendidikan/artikel-pendidikan/pengaruh-kualitas-produk-dan-harga-terhadap-kepuasan-konsumen-mie-sedap-pt-wings-food-surabaya/>, diakses pada tanggal 19 September 2018 pukul 20:00 WIB.
- Iful Anwar. 2015. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 4, No. 1.
- Ika Putri Iswayanti. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Rumah Makan “Soto Angkring Mas Boed” di Semarang)*. Skripsi tidak diterbitkan, Semarang:Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Irfani Handayani. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Jenang Jacket Asli Pertama Purwokerto*. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- John C Mowen dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Krestianwan Wibowo Santoso, Handoyo Djoko Waluyo & Sari Listyorini. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap keputusan Pembelian Permen Tolak Angin Di Semarang Studi Kasus Pada Pengguna Permen Tolak Angin Di Kelurahan Tembalang Semarang*. *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, Hal. 1-10 <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/>.
- Malahayati. 2010. *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah*. Yogyakarta: Jogja Great Publisher. [https://books.google.co.id/books?id=gAbL9c\\_AFJcC&pg=PP6&dq=Malahayati,+Rahasia+Sukses+Bisnis+Rasulullah&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiHi6GK7fvhAhVo63MBHS\\_NCrwQ6AEIKDAA#v=onepage&q=Malahayati%2C%20Rahasia%20Sukses%20Bisnis%20Rasulullah&f=false](https://books.google.co.id/books?id=gAbL9c_AFJcC&pg=PP6&dq=Malahayati,+Rahasia+Sukses+Bisnis+Rasulullah&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiHi6GK7fvhAhVo63MBHS_NCrwQ6AEIKDAA#v=onepage&q=Malahayati%2C%20Rahasia%20Sukses%20Bisnis%20Rasulullah&f=false), diakses pada 4 Oktober 2018, pukul 21:00 WIB.

- Muhamad Iqbal Wahyudi. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Eiger Store Purwokerto)*. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Munawarah. 2014. *Kaidah Penetapan Harga Sembilan Bahan Pokok di Pasar Besar Kota Palangka Raya*. Skripsi tidak diterbitkan, Palangka Raya: Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Program Studi Ekonomi Islam, STAIN Palangka Raya.
- Mundir. 2015. *Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mitra Nelayan*. Skripsi tidak diterbitkan, Jakarta: Jurusan Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah.
- Nur Asnawi dan Muhammad Asnan Fanani. 2017. *Pemasaran Syariah Teori, Filosofi & Isu-isu Kontemporer*. Depok: Rajawali Pers.
- Oldy Ardhana. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Bengkel Caesar Semarang)*. Skripsi tidak diterbitkan, Semarang: Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Phillip Kotler. 2001. *Manajemen pemasaran di Indonesia : analisis perencanaan, implementasi dan pengendalian buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rachma Nur Agista Azhra. 2019. *Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Tiket Menonton (Studi Kasus Penonton Bioskop CGV Cinemas Purwokerto)*. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Sandy Sinambow dan Irvan Trang. 2015. *Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Komputer Game Zone Mega Mall Manado*. Jurnal EMBA, Vol. 3. No.3.
- Siti Mariah Ulfah. 2018. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Pada: PDAM Tirta Satria Kabupaten Banyumas)*. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasinya*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

\_\_\_\_\_, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 146.

\_\_\_\_\_, Metode Penelitian Pendidikan,..... hlm. 363.

Sulaeman Jajuli. 2018. *Ekonomi dalam al-Qur'an*. Yogyakarta: Deepublish. [https://books.google.co.id/books?id=p4NJDwAAQBAJ&pg=PR5&dq=sulaeman+jajuli+ekonomi+dalam+al+quran&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjy4Ka93\\_vhAhU88HMBHUKJDSQQ6AEILjAB#v=onepage&q=sulaeman%20jajuli%20ekonomi%20dalam%20al%20quran&f=true](https://books.google.co.id/books?id=p4NJDwAAQBAJ&pg=PR5&dq=sulaeman+jajuli+ekonomi+dalam+al+quran&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjy4Ka93_vhAhU88HMBHUKJDSQQ6AEILjAB#v=onepage&q=sulaeman%20jajuli%20ekonomi%20dalam%20al%20quran&f=true) di akses pada 4 Oktober 2018, pukul 20:00 WIB.

Suliyanto. 2009. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.

Suliyanto. 2014. *Statistika Nonparametrik Dalam Aplikasi Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Sumadi Suryabata. 2010. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Syofian Siregar. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.

Veeithzal Rivai Zainal et al. 2017. *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah saw*. Jakarta: Bumi Aksara.

Wawan Setiawan. 2018. *Pengaruh Promotion Dan Brand Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Pada Mahasiswa Iain Purwokerto)*. Purwokerto: IAIN Purwokerto.

IAIN PURWOKERTO