

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI  
TERHADAP MINAT KONSUMEN DALAM MEMBELI  
PRODUK AYAM GORENG NELONGSO KOTA MALANG**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**DANIEL ASIS**

**2016410035**

**PROGRAM STUDI PETERNAKAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi  
MALANG  
2023**

## RINGKASAN

Sektor makanan dan minuman masih cukup penting bagi perekonomian secara keseluruhan. Ayam Goreng Nelongso di Malang bisa menjadi pilihan kafe. Industri kuliner harus mengutamakan kualitas barang, pemasaran, harga, dan kualitas administrasi agar dapat terus berproduksi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tanggapan pelanggan Nelongso di Kota Malang terhadap beberapa faktor seperti inovasi, harga, dan kualitas pelayanan. Pelanggan Ayam Goreng Nelongso merupakan mayoritas populasi ulasan. Resep Slovin digunakan untuk menyelesaikan tes, yang mencakup total 32 pelanggan. Jajak pendapat, survei opini publik, dan dokumentasi semuanya digunakan sebagai teknik pengumpulan informasi. Data yang diperlukan dan opsional berasal dari sumber yang sama. Beberapa pemeriksaan kekambuhan awal menggunakan teknik investigasi informasi. Temuan menunjukkan bahwa, sampai batas tertentu atau terus menerus, masing-masing aspek kualitas barang, pengembangan, biaya, dan kualitas organisasi memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli Ayam Goreng Nelongso di Kota Malang. Ayam Goreng Nelongso di Kota Malang bercita-cita untuk memperluas perusahaan kateringnya dengan memperhatikan faktor-faktor yang meliputi kualitas produk, pemasaran, harga, dan kualitas layanan.

**Kata kunci:** Kualitas Produk, Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

# **BAB I.**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Karena setiap orang terkadang membutuhkan makanan, industri makanan merupakan sektor ekonomi yang penting dan terus berkembang. Kebiasaan dan perbuatan masyarakat berdampak pada industri restoran. Setiap lokasi memiliki kebiasaan dan kecenderungan tersendiri dalam bertingkah laku. Preferensi makanan cepat saji lebih umum dibandingkan dengan lokasi pedesaan, seperti halnya di pusat kota besar dengan mobilitas tinggi. Khususnya kota Surabaya dianggap sebagai salah satu wilayah metropolitan yang sangat besar dengan sektor pangan yang berkembang pesat. Kota Malang memiliki setengah dari jumlah restoran antara tahun 2013 dan 2016, menurut Badan Pusat Pengukuran (BPS) Wilayah Jawa Timur. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan makanan masih menguasai sebagian besar industri. Salah satu dari sekian banyak rumah makan di Malang saat ini yang menyajikan aneka masakan olahan ayam adalah Ayam Goreng Nelongso.

Ayam Goreng Nelongso ini sebelumnya pernah muncul di Jl. Lebih spesifiknya, Ayam Goreng Nelongso yang didirikan oleh Pak Nanang dan rekannya pada Februari 2013 lalu berlokasi di Jl. Soekarno Hatta Malang, hanya menyewa ruang berukuran 2 kali 3 meter di sana, bukannya beroperasi 24 jam. Ayam Goreng Nelongso semakin berkembang dan sudah memiliki lokasi di banyak kota. Menu Ayam Goreng Nelongso ini memiliki 15 lauk pauk yang sebagian ada yang bisa dibakar atau digoreng sehingga tak kalah menarik dengan menu di tempat makan lainnya.

Beberapa bisnis di Ayam Goreng Nelongso menggunakan berbagai taktik untuk menarik klien dan meningkatkan lingkungan. Untuk menarik klien, Ayam Goreng Nelongso menyediakan layanan yang cepat dan efisien. Harus jelas dari situasi bahwa pelanggan akan mendapatkan berbagai macam bantuan untuk mempersingkat proses pembelian. Menurut sudut pandang Kotler (2010), "sifat administrasi adalah strategi kerja organisasi yang bertujuan untuk terus meningkatkan kualitas siklus, produk, dan administrasi yang diberikan oleh korporasi." Menurut Tjiptono (2015), "inti dari organisasi adalah tenaga kerja untuk memenuhi permintaan dan keinginan pelanggan dan memodifikasinya dalam pemulihan pembeli." Kemajuan adalah komponen penting dalam keberadaan berkelanjutan organisasi serta cara yang lebih perhatian untuk menawarkan

dukungan. Ini mungkin menarik klien yang tertarik untuk membeli dari Ayam Goreng Nelongso.

Judul Penulis mengembangkan elemen kualitas administrasi dan kemajuan yang akan digunakan dalam penelitian ini berdasarkan gambaran sistem yang diterapkan oleh Ayam Goreng Nelongso. Persaingan yang ketat dalam bisnis makanan lokal mempengaruhi pemilihan lokasi di Kota Malang sehingga unsur-unsur ini dapat dikontraskan. kompeten. Menurut teori di atas, standar pemasaran dan layanan pelanggan perusahaan berdampak besar pada pilihan konsumen untuk membeli sesuatu. Keputusan tersusun menurut Aldi (2012) merupakan kelompok yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas, maka dapat ditarik rumusan masalah yaitu :

1. Apakah kepuasan pelanggan mempengaruhi keinginan mereka untuk membeli item ayam goreng nelongso di kota malang?
2. Apakah iklan mempengaruhi keinginan konsumen Kota Malang untuk membeli produk ayam goreng Nelongso?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen terhadap item ayam goreng Nelongso Kota Malang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.
2. Untuk mengetahui pengaruh pemasaran terhadap keinginan konsumen Kota Malang untuk membeli produk ayam goreng Nelongso.

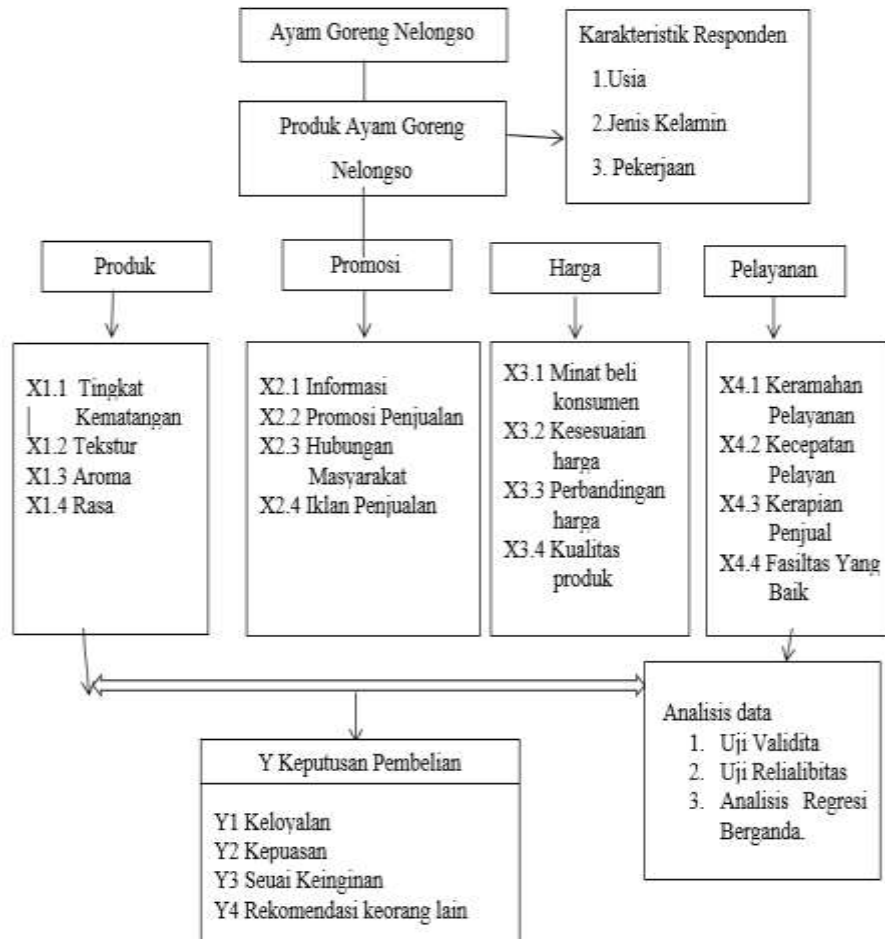
## **1.4. Manfaat Penelitian**

Temuan dari penelitian ini dapat digunakan oleh pemilik Ayam Goreng Nelongso untuk mempengaruhi pilihan bisnis tentang layanan pelanggan dan pemasaran. Penelitian ini dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk Ayam Goreng Nelongso di Kota Malang dengan meningkatkan kesadaran akan kualitas dan informasi pendukung.

## **1.5 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran adalah gambaran tentang keterkaitan antar variabel yang disusun dari berbagai sudut pandang atau konsep yang telah disebutkan sebelumnya

untuk membedah dan menilai fakta yang akan diteliti. Peneliti membangun kerangka penelitian menggunakan ide-ide dari studi sebelumnya serta gagasan dari para ahli untuk menghasilkan hipotesis. Setelah hipotesis diajukan, uji asumsi tradisional dapat dijalankan sampai hasil studi yang diantisipasi tercapai. Grafik berikut mengilustrasikan kerangka konseptual untuk penelitian ini:



**Gambar 1. Kerangka pikir penelitian**

Sumber: Ilustrasi oleh peneliti, 2023

### 1.6 Hipotesis

Dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor kualitas kualitas pelayanan, promosi, minat beli produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Ayam Goreng Nelongso.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, N. N., & Azifah, N. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Likuiditas Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(3), 238–248. <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i3.2663>
- Ali, J., & Faroji, R. (2021). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Neraca Peradaban*, 1(2), 128–135. <https://doi.org/10.55182/jnp.v1i2.36>
- Amalina, R.A.;& Khasana,I.(2015). *Analisis pengaruh persepsi harga, kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi pada Rocket Chicken Sukorejo Kendal)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bahrudi Efendi Damanik. (2019). Pengaruh Fasilitas Dan Lingkungan Belajar Terhadap Motivasi Belajar. *Publikasi Pendidikan*, 9 Nomor 1(Pengaruh Fasilitas Dan Lingkungan Belajar Terhadap Motivasi Belajar), 48–48.
- Buchari, Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, cetakan kelima, edisi revisi Alfabeta, Bandung.
- Chandra, D. S. (2021). Pengaruh Debt To Asset Ratio, Return On Asset Earning Per Share Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesiaperiode 2015-2019. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Kontemporer (JAKK)*, 99–108. <https://doi.org/10.30596/jakk.v4i1.6906>
- Dwianto, A. S., Purnamasari, P., & Tukini, T. (2019). Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. JAEIL INDONESIA. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 209–223. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.74>
- Fetriszen, & Aziz, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek AICOS Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia. *OSF Preprints*, 1, 1–9.

- ITA MUSTIKA, I. M. (2021). Pengaruh Pelaksanaan Penagihan Pajak Dan Self Assessment System Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Kpp Pratama Batam. *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Auditing*, 16(2), 122–133. <https://doi.org/10.37301/jkaa.v16i2.57>
- Jayanti, W., Utomo, S.W., & Murwani, J. (2014) pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada rumah makan di Kabupaten Ngawi. *Assets: Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 2 (1), 60-70.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing: global edition* (14<sup>th</sup> ed.). New Jersey, US: Pearson Education, INC.
- Kurniawan, R. (2019). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kopi 7 Elemen (Studi Kasus Pelanggan Perusahaan Halal Network International Herbal Penawar Alwahida Indonesia di Daerah Istimewa Yogyakarta)* (Doctoral dissertation, STIE YKPN).
- Laili, Y., & Setiawan, A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Umkm Sentra Batik Di Kota Pekalongan. *Diponegoro Journal of Economic*, 9(4), 1–10. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dje>
- Lupiyoadi, R dan A Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Maulana. (2016). *Statistika dalam Penelitian Pendidikan*.
- Maulidah, I., Widodo J., & Zulianto, M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Ayam Goreng Nelongso Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 26-29.
- Nurdiana, D. (2020). Pengaruh Profitabilitas Dan Kebijakan Deviden Terhadap Return Saham. *Jurnal Rekaman*, 4(1), 84–91. <http://ojs.jurnalrekaman.com/index.php/rekaman/article/view/39>
- Patmala, H. S., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Ukmmart Kartikawidya Utama. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 1154–1170.

- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Reza Nurul Ichsan, Ahmad Karim. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Jasa Raharja Medan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 54–57. <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v6i1.729>
- Rico Andika, I. K., & Sedana, I. B. P. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(9), 5803. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i09.p22>
- Rizki, M., Kusmanto, I., & Lubis, F. S. (2023). Aplikasi End User Computing Satisfaction pada Penggunaan E-Learning FST UIN SUSKA. 19(2), 154–159.
- Rizkyani, M. A., & Anggraeni, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, Kemasan, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Hokben. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 482–487. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.2608>
- Ruswati, I. (2018). Faktor Eksternal Dan Faktor Internal Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Smk Yayasan Pendidikan Islam Darussalam Cerme Gresik. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 1(2), 38. <https://doi.org/10.30587/jre.v1i2.415>
- Saleh, N.A. (2010). *Public Service Communication*. Malang; UMM Press.
- Styawati, K., Murti, A.T., & Astuti, F.K. (2021). Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Masyarakat terhadap Produk Daging Sapi Segar dan Produk Olahan di Kota Wisata Batu. *Jurnal Ilmiah Fillia Cendikia*, 6(2), 118-129.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan r & d)*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Tabelessy, W. (2021). Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Rumahan Buket Bunga Victoria di Kota Ambon. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(2), 89-97.
- Tjiptono, Fandy, (2015), *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.