

**PERANAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
MEMBELI PRODUK AYAM DI WARUNG NELONGSO
KOTA MALANG**

SKRIPSI



Oleh:

**ENGELBERTUS ASWARNO MURA
2017410039**

**PROGRAM STUDI PETERNAKAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
MALANG
2024**

RINGKASAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di cabang Ayam Goreng Nelongso yang berlokasi di Jl. Soekarno Hatta, Malang. Penelitian ini berfokus pada pemahaman tentang pengaruh kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Dengan melibatkan 100 responden, metodologi yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan SPSS versi 25 melalui metode regresi linier berganda.

Hasil temuan penelitian, keputusan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas produk. Peningkatan kualitas suatu produk dapat meningkatkan nilai yang dirasakan konsumen terhadap produk tersebut, yang dapat berujung pada lebih banyak pembelian dan rujukan dari pelanggan yang puas. Selain itu, biaya merupakan faktor yang signifikan, dengan persepsi pelanggan terhadap harga yang murah berdampak positif pada keputusan mereka untuk membeli. Telah dibuktikan bahwa penetapan harga produk yang tepat akan meningkatkan penjualan dan memuaskan pelanggan. Terakhir, ditemukan bahwa keputusan tentang apa yang akan dibeli sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan. Hal ini menyoroti betapa pentingnya bagi Ayam Goreng Nelongso untuk menegakkan dan meningkatkan standar layanannya agar dapat melampaui harapan pelanggan.

Kata Kunci: Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan Kualitas pelayanan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kuliner telah menjadi salah satu sektor yang sangat diminati, terlihat dari meningkatnya jumlah restoran yang menyediakan produk serupa dengan variasi harga dan kualitas layanan yang berbeda-beda. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, perusahaan perlu terus-menerus berusaha untuk meningkatkan kualitas produknya. Hal ini penting agar pelanggan merasa puas dengan barang atau jasa yang ditawarkan, sehingga perusahaan dapat bertahan dan bersaing di pasar. Menurut Kotler (2005:49), kualitas produk mencakup berbagai fitur dan karakteristik yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, terlepas dari kebutuhan mutlak. Perusahaan perlu menyesuaikan produk yang mereka tawarkan dengan preferensi konsumen agar dapat memuaskan mereka. Peningkatan kualitas produk yang konsisten akan meningkatkan minat beli konsumen, yang pada gilirannya berkontribusi pada tingkat kepuasan pelanggan (Yazid, 2008:53).

Kualitas pelayanan menjadi faktor krusial yang berdampak pada kepuasan pelanggan. Selain menginginkan produk yang sesuai dengan selera mereka, pelanggan juga berharap mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Pelayanan bukan hanya sekedar perhatian pelayan untuk melayani pelanggan, tetapi juga menyediakan tempat yang bagus dan bersih beserta perlengkapan yang menunjang kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas dari perusahaan akan memberikan efek yang positif, yaitu: meningkatkan kepuasan pelanggan.

Ayam Goreng Nelongso Malang merupakan salah satu restoran yang cukup dikenal di Malang, khususnya dalam bisnis kuliner. Restoran ini mengkhususkan diri dalam menyajikan makanan berbahan dasar ayam. Seiring dengan meningkatnya persaingan di industri kuliner, terutama dengan semakin banyaknya restoran yang menawarkan hidangan berbahan dasar ayam, Ayam Goreng Nelongso Malang terus berinovasi untuk meningkatkan kualitas produknya. Selain menu berbahan dasar ayam, restoran ini juga menawarkan berbagai hidangan lain seperti ikan, bebek, serta aneka olahan sayuran. Selain itu, beragam jenis minuman juga tersedia untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Ayam Goreng Nelongso Malang sangat memperhatikan kualitas pelayanan demi memastikan kepuasan pelanggan. Rumah makan ini berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Para karyawan tampil rapi dan berinteraksi dengan konsumen secara komunikatif, sementara suasana restoran yang bersih dan nyaman turut menambah pengalaman makan yang menyenangkan. Restoran ini juga menyediakan berbagai fasilitas, seperti wifi dan area parkir, yang dapat dinikmati oleh para pelanggan.

Aspek kualitas produk dan pelayanan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk mencapai kepuasan konsumen. Kepuasan ini berpengaruh langsung terhadap perilaku konsumen. Ketika konsumen merasa puas, mereka akan lebih senang dan cenderung berkunjung kembali ke perusahaan yang sama. Selain itu, mereka juga akan berbagi pengalaman positif mereka kepada orang lain setelah melakukan pembelian. Hal ini sejalan yang disampaikan Tjiptono (2008:41), kepuasan pelanggan memberikan dua manfaat utama bagi perusahaan: pertama, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan kedua, mendorong penyebaran informasi positif tentang perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut ini adalah penjabaran masalah dalam uraian masalah berikut:

1. Apakah kualitas produk (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen di warung makan Nelongso?

1.3 Tujuan

Penelitian ini mempunyai tujuan adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) terhadap keputusan pembelian konsumen di Warung Makan Nelongso.

1.4 Manfaat

Penelitian ini bermanfaat sebagai sumber informasi bagi pemilik Ayam Goreng Nelongso untuk memahami berbagai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen di restorannya. Selain itu, penelitian ini juga akan memberikan pemahaman lebih dalam mengenai faktor-faktor lain yang dapat mendorong konsumen untuk membeli produk Ayam Goreng Nelongso di Kota Malang.

1.5 Kerangka Berpikir

Merupakan gambaran umum dari rencana penelitian yang menggambarkan hubungan antara faktor-faktor yang dipertimbangkan. Dalam pertimbangan ini, sistem pemikiran menggambarkan hubungan antara faktor-faktor bebas, yaitu Kualitas Barang (X1) dan Kualitas Manfaat (X2), dengan variabel bawahan, yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Perencanaan sistem pemikiran ini bertujuan untuk memudahkan analisis dalam menggambarkan isu-isu yang akan dibahas dalam penelitian secara efisien.

DAFTAR PUSTAKA

Aditya, & Tjiptono. (2012). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Jakarta.

Badan Pusat Statistik Jawa Timur. (2013). Profil pembangunan Provinsi Jawa Timur. Surabaya: Badan Pusat Statistik Jawa Timur.

- Danang Sunyoto. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS).
- Donni Juni Priansa. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171-180.
- Harahap, D. A. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 7(3), 227-242.
- Hermawan, J. D. B. R. B. (2024). Pengaruh kualitas makanan, keadilan harga, dan lingkungan fisik terhadap kepuasan pelanggan. Studi Warung Sate Kambing Muntilan (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi ke-12. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi ke-17. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran Edisi ke-15. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran Edisi ke-12. Jakarta: PT. Indeks.
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi strategi promosi produk dalam proses keputusan pembelian melalui digital marketing saat pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23-31.
- Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Mukuan, K., Mandey, S. L., & Tampenawas, J. L. (2023). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Rumah Makan Maji Ayam Geprek Cabang Jalan Bethesda Sario. *Jurnal*

- EMBA: Jurnal Riset Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi, 11(4), 642-652.
- Napik, A., Qomariah, N., & Santoso, B. (2018). Kaitan citra merek, persepsi harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian Blackberry. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 3(1), 73-85.
- Razak, I., Nirwanto, N., & Triatmanto, B. (2019). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 1-14.
- Siregar, S. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sri Handayani. (2012). Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pelayanan Air Bersih pada PDAM Tirtasari Binjai. *Jurnal Non Eksata*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset