

SKRIPSI

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI PADA RANCH MARKET



DISUSUN OLEH :

Fathorrozi

NIM: 20141221100

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

2018

SKRIPSI

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI PADA RANCH MARKET

Diajukan untuk memenuhi
salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi

DISUSUN OLEH :

Fathorrozi

NIM: 20141221100

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

2018

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fathorrozi
NIM : 20141221100
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya,

Yang membuat pernyataan,



Fathorrozi

Persetujuan untuk ujian Skripsi

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP MINAT BELI PADA RANCH MARKET**

Oleh:
Fathorrozi

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 16 Agustus 2018

Dosen Pembimbing I



Dr. Mohammad Anang Firmansyah, MM

Dosen Pembimbing II



Budi Wahyu Mahardhika, SE., MM

Mengetahui,

Kaprodi Manajemen



Anita Roosmawarni, SE., M.SE

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

**Skripsi ini telah diujikan dan disyahkan dihadapan Komisi Penguji
Judul : PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
MINAT BELI PADA RANCH MARKET**

Nama : Fathorrozi

NIM : 20141221100

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

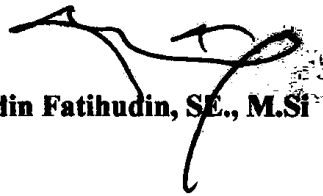
Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari / Tanggal : Selasa, 10 Juli 2018

Pukul :12.00-13.00 WIB

Komisi Penguji terdiri dari:

Ketua Penguji:



Dr. Didin Fatihudin, SE., M.Si

Anggota I



Dr. Mohammad Anang Firmansyah, MM

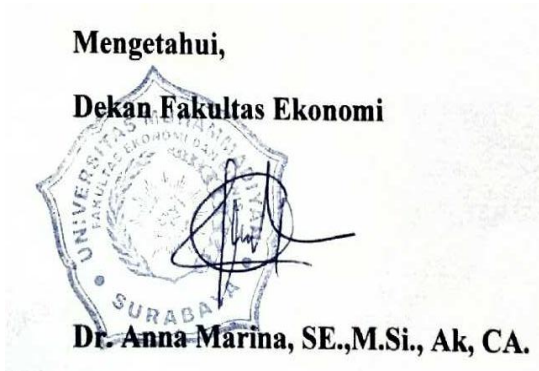
Anggota II



Budi Wahyu Mahardhika, SE., MM

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Anna Marina, SE.,M.Si., Ak, CA.

Kaprodi Manajemen



Anita Roosmawarni, SE., M.SE

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya, Tugas Akhir Skripsi dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelas Sarjana Ekonomi dengan judul “ Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli pada Ranch Market ” dapat disusun sesuai harapan. Tugas Akhir Skripsi ini dapat diselesaikan tidak lepas dari bantuan dan kerjasama dengan semua pihak. Berkenaan dengan hal tersebut, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. dr. Sukadiono, MM selaku Rektor Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan semangat dan dorongan selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.
2. Dr. Anna Marina, SE., M.Si., Ak, CA. Selaku Dekan yang telah memberikan semangat dan dorongan selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.
3. Anita Roosmawarni, SE., M.SE selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang memberikan persetujuan pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi.
4. Dr. Mohammad Anang Firmansyah, MM selaku Dosen Pembimbing utama yang telah banyak memberikan semangat, dorongan serta kesabaran dalam membimbing selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.
5. Budi Wahyu Mahardhika, SE., MM selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah banyak memberikan semangat, dorongan serta kesabaran dalam membimbing selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.

6. Dr. Didin Fatihudin, SE., M.Si selaku Dosen Penguji Ujian Skripsi yang telah banyak memberikan semangat, dorongan dan masukan selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.
7. Hamisun selaku Supervisor Divisi Butcher Seafood and Delicatessen yang telah memberikn izin dan bantuan dalam pelaksanaan penelitian Tugas Akhir Skripsi ini.
8. Para staf Ranch Market yang telah memberi bantuan memperlancar pengambilan data selama proses penelitian Tugas Akhir Skripsi ini.
9. Semua pihak, secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan disini atas bantuan dan perhatiannya selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.

Semoga segala bantuan yang telah berikan semua pihak diatas menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapatkan balasan dari Allah SWT dan Tugas Akhir Skripsi ini menjadi informasi bermanfaat bagi pembaca atau pihak lain yang membutuhkannya.

Surabaya, 2018

Penulis,

Fathorrozi

NIM. 2014122110

DAFTAR ISI

	Hal
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
ABSTRAK.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Pengertian Pemasaran	9
2. Tujuan Pemasaran	14
3. Pengertian Strategi Pemasaran	15
B. Harga	20
1. Pengertian Harga	20
2. Tujuan Penetapan Harga	21
3. Harga Dalam Pandangan Islam	23
C. Kualitas Layanan.....	23
1. Definisi Kualitas Layanan	23
2. Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Pelayanan	24
3. Manfaat Kualitas Pelayanan.....	26
4. Dimensi Kualitas Layanan	28
D. Minat Beli	30
1. Definisi Minat Beli.....	30
2. Faktor Pembentuk Minat Beli	32
3. Dimensi Minat Beli	32
E. Hubungan Harga Terhadap Minat Beli	33
F. Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli	34

	Hal
G. Hasil Penelitian yang Relevan	34
H. Kerangka Konseptual	36
I. Hipotesis	37
BAB III. METODE PENELITIAN	38
A. Pendekatan Penelitian	38
B. Identifikasi Variabel	38
C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	39
1. Harga	39
2. Kualitas Layanan	40
3. Minat Beli	43
D. Pengukuran Variabel	44
E. Teknik Pengumpulan Data	44
F. Populasi dan Sampel	44
G. Teknik Pengolahan Data	46
H. Analisis Data	47
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Umum	54
1. Deskripsi Umum Perusahaan	54
2. Sejarah Perusahaan	54
3. Struktur Perusahaan	57
4. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan	59
B. Karakteristik Responden	60
C. Pengujian Instrumen	63
1. Uji Validasi	63
2. Uji Realibilitas	64
D. Analisis Data	64
1. Statistik Deskriptif	64
2. Hasil Regresi Berganda	67
E. Uji Asumsi Klasik	69

	Hal
1. Hasil Uji Normalitas.....	69
2. Hasil Uji Heteroskedastisitas	70
3. Hasil Uji Multikolonieritas.....	71
F. Uji Goodness of Fit Test	72
1. Hasil Uji F.....	72
2. Hasil Uji t	73
3. Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	75
G. Pembahasan.....	75
1. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli pada Ranch Market.....	75
2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Beli pada Ranch Market..	77
3. Pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap Minat Beli.....	78
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	89
A. Simpulan	89
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Hal
1.1 Jumlah Keluhan Pelanggan Ranch Market Galaxy Mall 2013-2017	2
3.1 Tabel Reliabilitas Guifor	48
4.1 Tabel Jenis Kelamin	61
4.2 Tabel Usia	61
4.3 Tabel Pekerjaan	62
4.4 Tabel Pendapatan	62
4.5 Uji Validitas	63
4.6 Uji Reabilitas	64
4.7 Statistik Deskriptif	65
4.8 Tabel Harga (X1)	66
4.9 Tabel Kualitas Layanan (X2)	66
4.10 Tabel Minat Beli (Y)	67
4.11 Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda	68
4.12 Uji Normalitas	70
4.13 Coefficients ^a	71
4.14 Uji Multikolonieritas	72
4.15 Tabel Perhitungan Uji F	73
4.16 Tabel Perhitungan Uji t	74
4.17 Tabel Uji Hipotesis	74
4.18 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	75

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Hal
1.1 Diagram presentase keluhan konsumen.....	3
1.2 Daftar Sekilas Harga di Ranch Market Galaxy Mall Surabaya.....	4
2.1 Kerangka Konseptual.....	36
3.1 Daerah Penerimaan Dan Penolakan Hipotesis.....	52
4.1 Struktur Organisasi.....	58

ABSTRAK

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI PADA RANCH MARKET

20141221100. Fathorrozi. 2018. Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Pada Ranch Market. Skripsi Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya. Pembimbing (I): Dr. Mohammad Anang Firmansyah, MM. (II) Budi Wahyu Mahardhika, SE.,MM.

Penelitian ini data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 60 orang pengunjung Ranch Market dengan menggunakan metode *purposive sampling* untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian. Data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,374 X_1 + 0,575 X_2$$

Angka Adjusted R square sebesar 0,874 menunjukkan bahwa 87,4 persen Minat Beli(Y) dipengaruhi oleh Harga(X₁) dan Kualitas Layanan(X₂). Sedangkan sisanya sebesar 12,6 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar kedua variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci : harga, kualitas layanan, minat beli

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRICE AND QUALITY OF SERVICES IN PURCHASING INTEREST IN RANCH MARKET

20141221100. Fathorrozi. 2018 The Effect Of Price And Quality Of Services In Purchasing Interest In Ranch Market. Final Paper, Undergraduate of Management Study, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Surabaya. Supervisor (I): Dr. Mohammad Anang Firmansyah, MM. (II) Budi Wahyu Mahardhika, SE., MM.

This research collected data were through a questionnaire method for 60 visitors of Ranch Market by using purposive sampling method to determine respondents' responses to each variable. Then it analyzed the data obtained in the form of quantitative analysis.. The data analysis technique used multiple linear regression analysis which served to prove the research hypothesis. Data that has met the validity test, reliability test, and classical assumption test is processed so as to produce the regression equation as follows:

$$Y = 0,374 X1 + 0,575 X2$$

Adjusted R square figures of 0.874 indicated that 87.4 percent of Purchasing Interest (Y) is influenced by Price (X1) and Service Quality (X2). While the remaining 12.6 percent is explained by other variables outside the two variables used in this study.

Keywords: *Price, Service Quality, Purchasing Int*

DAFTAR PUSTAKA

- A. Zeithaml, v, Parasuraman, A, & L. Berry L. (1985). Problems and Strategies in Services Marketing. *Jurnal of Marketing*, 49.
- Abbas, S. (2007). *Asuransi dan Manajemen Risiko*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ahman, E dan Rohmayana, Y. (2009). *Teori Ekonomi Mikro*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia Press .
- Akdon, R. (2007). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Al Qardhawi, Y. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Cetakan ke 1 Jakarta: Gema Insani Press.
- Angipora. (1999). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arslan, M. Z. (2010). Impact of Brand Image and Service Quality on Consumer Purchase Intention:.. *A study of Retail Store in Pakistan Research on Humanities and Social Science*, 4(22), 98-106.
- Assauri, S. (2008). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Basu, S., & T., H. H. (2008. cetakan keempat). *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen* (Pertama ed.). Yogyakarta: BPFE.
- Bilson, S. (2003). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Buchari, A. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Chandra, G. (2002). *Strategi dan Program Pemasaran* (Pertama ed.). Yogyakarta: Andi.
- Dua Lembang, R. (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan cuaca terhadap keputusan pembelian teh siap minum dalam kemasan merek teh botol sosro. Skripsi*. Fakultas Ekonomi Diponegoro.
- Fandy, T. (2005). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Bayumedia Publishing.
- Fandy, T., & dan Gregorius, C. (2011). *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi

- Fatihudin, D. (2012). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis, Desertasi Ilmu Manajemen dan Akuntansi dari Teori ke Praktek*. Surabaya: PPs UMSurabaya.
- Ferdinand. (2002). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman untuk Skripsi, Tesis, Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A., & Fatihudin, D. (2017). *Globalisasi Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, M. A., & Mahardhika, W. B. (2017). *Pegantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fransiska, P. (2010). *Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan air minum dalam kemasan. Skripsi*. FE Undip.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Kedua ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro .
- Gitosudarmo, I. (2000). *Manajemen Pemasaran* (Kedua ed.). Yogyakarta: BPFE Cetakan Keenam.
- Gronroos, C. (1990). *Service Management and Marketing: Managing the Moment of Truth in Service Competition*. Lexington: Massachuettis.
- Hendra, F. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehati Calac. *Jurnal Emba*, 1(3).
- Ivancevich, J. M., Peter, L., Skinner, S. J., & dan Crosby, P. B. (1997). *Management Quality and Competitiveness*. Chicago: Irwin.
- Julianti, L. (2014). Pengaruh suasana toko (Store atmosphere) terhadap minat beli konsumen pada toserba nusa permai di kecamatan nusa padina. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4(1).
- Kotler, P. (1994). *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation Control*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- _____. (1999). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2000). *Prinsip-prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prehallindo.
- _____. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Milenium ed.). Jakarta: Prehallindo.
- Mirabi, V., Akbariyeh, H., & Tahmasebifard, H. (2015). A Study of Factors Affecting on Customers Purchase Intention (Case Study: the Agencies of Bono Brand Tile in Tehran). *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology (JMEST)*, 2(1), 267-273.

- Muanas, A. (2014). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Gerbang Media Aksara.
- Nasution. (2004). *Metode Research: Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Natali. (2008). *Perspektif Manajemen dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Nikhasemi, S., Haque, A., Yasmin, F., & Khatib, A. (2012). Service Quality and Consumer Purchasing Intention Toward Online Ticketin. *An Empirical Study in Iran. International Conference on Economics, Business Innovation IPEDR*, 38, 150-154.
- Nugroho, J. (2013). *Perilaku Konsumen* (Revisi ed.). Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama.
- Nuriyah, U. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Minimarket di Pabean Sukoharjo*, Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Oldy, A. (2010). *Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada bengkel caesar Semarang)*. Skripsi,. FE Undip.
- Parasuraman, Et, al. (1998). Zeithmal and Bitner (1996), Konsep dan Teknik Pengukuran Kualitas Produk Jasa, *Kajian Bisnis dan Manajemen*. 4 (1), 55-56.
- _____. (2001). The Behaviorial Consequenses of Service Quality. *Jurnal of Marketing*, 60.
- Philip, K., & Gary, A. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Riduwan. (2009). *Skala Pengukuran Variabel-variabel*. Bandung: Alfabeta.
- Rosiana, D. (2010). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Honda Jazz (Studi Kasus pada Honda Semarang Center). Semarang. Universitas Diponegoro. Diambil kembali dari http://eprints.undip.ac.id247701Rosiana_Dewi.pdf akses 5 April 2013.
- Saidani, B., & Samsul, A. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market Pondok Indah Jakarta Selatan. *Jurnal Riset Manajemen Sains (JRMSI)*, 3(2), 01-22. Diambil kembali dari <Http://JRMSI.com/attacments/article/22>.
- Saladin, D. (2003). *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran* (Ketiga ed.). Bandung: Linda Karya.

- Sciffman, L. G., & Leslie, L. K. (2007). *Perilaku Konsumen* (7 ed.). (K. Zoelkifli, Penerj.) Jakarta: PT. Indeks.
- Stemvelt, R. C. (2004). *Perception of Service Quality*. (Purwoko, Penerj.) Masachussets: Allyn and Bacon.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabet.
- Suradi. (2012). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen terhadap Produk Tepung Sagu*. Diambil kembali dari http://p3m.polbeng.ac.id/dataq/file_content/File/ABSTRAK_TA_MAHASISWA/ADM/jurnal%20adm%20suradi.pdf
- Syafei, R. (2000). *Fiqih Muamalah*. Bandung: Pustaka Seti.
- Tandjung, W. (2004). *Marketing Management Pendekatan Pada Nilai-nilai Pelanggan*. Malang: Banyumedia.
- Tjiptono, F. (2007). *Pemasaran Jasa*. Malang: Banyumedia.
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Usman, H., & P.S, A. (2003). *Metodologi Peneltian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Voss, C., & Arnold, G. (2000). Customer and Company Consequens of Customer Sales Person Relationship in Retailing. *Journal of Personal and Sales Management*.
- Yazid. (2005). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Ekonosia.
- Yeni, F. (2013). Pengaruh keunggulan bersaing diferensiasi terhadap minat beli ulang konsumen pada kfc di kota Padang. Universitas Negri Padang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(4), 1-7.
- Zahaf , M., & Anderson, J. (2008). Casuality Effect Between Celebrity Endorsement and the Intentions to Buy. *Innovative Marketing*. 4(4).