

ABSTRAK

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan analisis terhadap pengaruh dari Cita rasa produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Sate Maulana Yusuf, Bandung. Untuk itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dan menguji pengaruh suasana toko terhadap emosi pelanggan dan keputusan pembelian. Untuk itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Analisis Pengaruh Cita rasa produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Sate Maulana Yusuf, Bandung.”

Variabel independen (x) atau variabel bebas yang diteliti adalah *Cita rasa produk* dan Kualitas Layanan, sementara Variabel dependen (y) atau variabel terikat, yaitu keputusan pembelian. Metodologi dalam penelitian ini adalah Metodologi Penelitian Survey, Populasi yang digunakan penelitian ini adalah masyarakat kota Bandung yang pernah mengunjungi Sate Ayam Maulana Yusuf, sementara Sampel dalam penelitian ini adalah para pengunjung sate Maulana Yusuf di kota Bandung

Berdasarkan analisis regresi linier berganda, , terdapat pengaruh yang signifikan antara Cita rasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian, dimana sebesar 74,5% dari keputusan pembelian dipengaruhi oleh cita rasa dan kualitas pelayanan. Dengan demikian, peningkatan cita rasa dan kualitas pelayanan dapat mendorong terjadinya keputusan pembelian yang dilakukan. Karena itu, peneliti menyarankan kepada peihak perusahaan intuk terus dapat meningkatkan kualitas layanan, yang ternyata memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, perushaaan harus terus meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat diterima oleh para konsumen, dengan melayani konsumen dengan prima.

ABSTRACT

In this study, researchers conducted an analysis of the effects of product taste and Service Quality to Purchase Decision on Sate Maulana Yusuf, Bandung. Therefore, the purpose of this study is to explore and examine the effect of store atmosphere on customer emotions and purchasing decisions. To that end, researchers are interested to conduct research on "Analysis of the effects of product taste and Service Quality to Purchase Decision on Sate Maulana Yusuf, Bandung."

The independent variables (x) or independent variables studied are the taste of the product and the Quality of Service, while the dependent variable (y) or dependent variable, is the purchase decision. Methodology in this research is Survey Research Methodology, Population used this research is Bandung city people who ever visited Sate Ayam Maulana Yusuf, while Sample in this research is the sate visitor of Maulana Yusuf in Bandung

Based on multiple linear regression analysis, there is a significant influence between taste and Quality of Service to Purchase Decision, where equal to 74,5% from purchase decision influenced by taste and quality of service. Thus, the improvement of taste and quality of service can encourage the purchase decision made. Therefore, the researcher suggests that the company can continue to improve the quality of service, which has the greatest influence on the purchasing decision. Thus, company should continue to improve the quality of service acceptable to consumers, by serving consumers with prime service.

DAFTAR ISI

BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II: TINJAUAN TEORETIS, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....	7
2.1. Tinjauan Teori.....	7
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2. Bauran Pemasaran.....	8
2.1.3. Produk.....	11
2.1.3.1. Pengertian Produk.....	11
2.1.3.2. Tingkatan Produk.....	12
2.1.3.3. Hierarki Produk.....	13
2.1.3.4. Klasifikasi Produk.....	14
2.1.3.5. Bauran Produk.....	16
2.1.3.6. Diferensiasi Produk dan Desain.....	16
2.1.3.7. Siklus Hidup Produk.....	19
2.1.3.8. Kualitas Produk.....	23
2.1.3.9. Cita Rasa.....	25
2.1.4. Jasa.....	29
2.1.4.1. Pengertian Jasa.....	29

2.1.4.2. Bauran Pemasaran Jasa	29
2.1.4.3 Klasifikasi Jasa.....	31
2.1.4.4 Kategori bauran jasa.....	32
2.1.4.5. Karakteristik Jasa	33
2.1.4.6 Pemasaran holistic jasa	34
2.1.4.7 Harapan pelanggan terhadap jasa.....	35
2.1.4.8 Manajemen kualitas jasa	37
2.1.4.9 Dimensi jasa	38
2.1.4.10 Mengidentifikasi dan memuaskan kebutuhan pelanggan	39
2.1.4.11 Strategi jasa purna jual	40
2.1.4.12. Mengelola Mutu Jasa	42
2.1.4.13. Kesejangan jasa.....	42
2.1.4.14. Penentu mutu jasa	44
2.1.4.15. Kualitas jasa (Service Quality)	45
2.1.5. Perilaku Konsumen.....	48
2.1.5.1 Proses keputusan pembelian	50
2.1.5.2 Pengambilan keputusan pembelian.....	51
2.1.5.3 Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	53
2.2.Kerangka Teoretis	61
2.3.Kerangka Pemikiran.....	62
2.4. Penelitian sebelumnya.....	63
2.5. Pengembangan Hipotesis	66
BAB III: METODOLOGI PENELITIAN	69
3.1. Definisi Variabel	69

3.2. Jenis Penelitian.....	69
3.3. Populasi / Objek Penelitian	70
3.4. Sampel.....	70
3.5. Definisi Operasional Variable	71
3.6.. Kerangka Sampling.....	73
3.7. Teknik Sampling	74
3.8. Teknik Pengambilan Data	75
3.9. Metode Analisis Data atau Model Analisis yang digunakan	76
3.9.1. Uji Asumsi Klasik.....	76
3.9.1.1. Uji Normalitas.....	76
3.9.1.2. Uji Heteroskedastisitas.....	77
3.9.1.3. Uji Multikolinearitas	77
3.9.2. Uji Hipotesis	78
3.9.2.1. Uji Regresi	78
3.9.2.2. Uji Koefisien Determinasi.....	79
 BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 80
4.1. Analisis Hasil Penelitian	80
4.1.1. Analisis Hasil Penelitian berdasarkan Uji Deskriptif.....	80
4.1.1.1. Analisis Data Demografis	80
4.1.2. Analisis Uji Deskriptif	82
4.1.2.1. Analisis Uji Deskriptif untuk variable Cita Rasa	82
4.1.2.2. Uji Deskriptif untuk variable Kualitas Pelayanan.....	88
4.1.2.3. Uji Deskriptif untuk variable Keputusan Pembelian	98
4.1.2. Analisis Uji Instrumen	111

4.1.2.1. Analisis Uji Validitas	111
4.1.2.2. Analisis Uji Reliabilitas	114
4.1.3. Analisis Uji Instrumen	114
4.1.3.1. Analisis Uji Normalitas.....	115
4.1.3.2. Analisis Uji Heteroskedadistitas.....	115
4.1.3.3. Analisis Uji Multikolinearitas	117
4.1.4. Analisis Uji Hipotesis	117
4.1.4.1. Uji Hipotesis 1	118
4.1.4.2. Analisis Uji Hipotesis 2	119
4.1.4.3. Analisis Uji Hipotesis 3	120
4.2 Simpulan	121
 BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	 123
5.1. Kesimpulan	123
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	124
5.3. Saran.....	124
Daftar Pustaka.....	126
Lampiran.....	128
Daftar Riwayat Hidup.....	207