PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus Pada Gudeg Yu Djum Cabang Jl. Wonosari-Jogja Km 7, Gading Playen, Gunungkidul, Yogyakarta)

SKRIPSI

Oleh:

RISKI CHOIRIL ADRIANTO

NIM : 14510014

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2018

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus Pada Gudeg Yu Djum Cabang Jl. Wonosari-Jogja Km 7, Gading Playen, Gunungkidul, Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)



Oleh

RISKI CHOIRIL ADRIANTO

NIM : 14510014

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2018

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus Pada Gudeg Yu Djum Cabang Jl. Wonosari-Jogja Km 7, Gading Playen, Gunungkidul, Yogyakarta)

O l e h

RISKI CHOIRIL ADRIANTO
NIM: 14510014

Telah disetujui pada tanggal 17 Mei 2018

Dosen Pembimbing,

Dr. H. Salim Al Idrus, MM.,M.Ag
NIP 19620115 199803 1 001

Mengetahui :
Ketua Jurusan,

Drs. Agus Sucipto, MM.
NIP 19670816 200312 1 001

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus Pada Gudeg Yu Djum Cabang Jl. Wonosari-Jogja Km 7, Gading Playen, Gunungkidul, Yogyakarta)

SKRIPSI

Oleh :

RISKI CHOIRIL ADRIANTO
NIM : 14510014

Telah Diseminarkan pada tanggal 4 Juni 2018

Susunan Dewan Penguji	Tanda Tangan
1. Dosen Penguji I **Irmayanti Hasan, S.T., M.M** NIP : 19770506 200312 2 001	: ( )
2. Dosen Penguji II **Yayuk Sri Rahayu, S.E.,M.M** NIP : 19770826 200801 2 011	: ( )
3. Dosen Penguji III/Pembimbing **Dr. H. Salim Al Idrus, MM.,M.Ag** NIP : 19620115 199903 1 003	: ( )

Disahkan Oleh :
Ketua Jurusan,

Drs. Agus Sucipto, MM.
NIP 19670816 200312 1 001

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Riski Choiril Adrianto
NIM	: 14510014
Fakultas	: Ekonomi/Manajemen

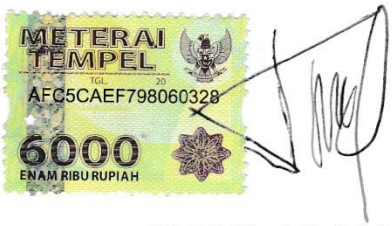
Menyatakan Skripsi bahwa "**Skripsi**" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Gudeg Yu Djum Cabang Jl. Wonosari-Jogja Km 7, Gading Playen, Gunungkidul, Yogyakarta)

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan **"duplikasi"** dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada "**klaim**" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 17 Mei 2018
Hormat saya,



Riski Choiril Adrianto
NIM : 14510014

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur kehadiran Allah SWT, yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang.

Karya skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tuaku yang selalu mendoakan dan mendukung saya sehingga saya bisa menyelesaikan karya ini dengan lancar dan barokah. Semoga Allah SWT selalu memberi kesehatan, dimudahkan rezekinya dan diberi umur panjang.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

MOTTO

Selalu Mensyukuri Nikmat Yang Diberikan Allah SWT

Dan ketika punya masalah jangan katakanan " Ya Allah aku punya masalah" tapi katakanan "masalah aku punya Allah"

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gudeg Yu Djum cabang Jl. Raya Wonosari-Jogja Km 7, Gading Playen, Gunungkidul, Yogyakarta".**

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abdur Haris M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr.H. Nur Asnawi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Drs. Agus Sucipto, SE.,MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Ibu, ayah, adik, dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan secara moril dan spirituil..
7. Seluruh karyawan Gudeg Yu Djum yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

8. Teman-teman manajemen 2014 yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
9. Teman-teman Amanah 2014 yang telah memberikan semangat dan dukungannya dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini
10. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin ya Robbal 'Alamin...

Malang, 17 Mei 2018

Riski Choiril Adrianto

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN
HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **ii**
HALAMAN PENGESAHAN iii
HALAMAN PERNYATAAN iv
HALAMAN PERSEMBAHAN v
HALAMAN MOTTO vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
ABSTRAK (bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, dan Bahasa Arab) xv
BAB . 1 PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 6
1.3 Tujuan Penelitian 6
1.4 Manfaat Penelitian 7

BAB 2 KAJIAN PUSTAKA 8
2.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu 8
2.2 Kajian Teoritis 14
2.2.1 Kualitas Produk 14
2.2.1.1Pengertian Kualitas Produk 14
2.2.1.2 Dimensi Kualitas Produk 15
2.2.1.3 Pentingnya Kualitas Produk 19
2.2.2 Keputusan Pembelian 23
2.2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian 23
2.2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian 24

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

2.2.2.3 Tahapan Keputusan Pembelian 27
2.2.2.4 Pihak yang Berperan Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian 30
2.3 Hubungan Antar Variabel 32
2.3.1 Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian 32
2.4 KerangkaKonseptual 33
2.5 Hipotesis Penelitian 33
BAB 3 METODE PENELITAN 34
3.1 Lokasi Penelitian 35
3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian 35
3.3 Populasi dan Sampel 36
3.3.1 Populasi 36
3.3.2 Sampel 36
3.4 Jenis dan Sumber Data 37
3.5 Metode Pengumpulan data 37
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel 38
3.6.1 Variabel Penelitian 39
3.6.2 Definisi Operasional Variabel 40
3.7 Metode Analisis Data 43
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas 43
3.7.2 Uji Asumsi Klasik 44
3.7.2.1 Uji Normalitas 44
3.7.2.2 Uji Multikolonieritas 45
3.7.2.3 Uji Heteroskedasititas 46
3.7.3 Uji Regresi Sederhana 46
3.7.3.1 Koofisien Determinasi (R2) 47
3.7.3.2 Uji T 47
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 49
4.1 Hasil Penelitian 49

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

4.1.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian 50
4.1.1.1 Profil Responden Berdasarkan Umur.....50
4.1.1.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 51
4.1.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....52
4.1.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan..... 53
4.1.2.5 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Berkunjung 54
4.1.2 Pembahasan Hasil Jawaban Responden..... 55
4.1.2.1 Kualitas Produk..... .56
4.1.2.2 Keputusan Pembelian..... .66
4.1.3 Uji Validitas dan Reabilitas 72
4.1.3.1 Uji Validitas 72
4.1.3.2 Uji Reliabilitas 75
4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....76
4.1.4.1 Uji Normalitas..... 76
4.1.4.2 Uji Heteroskedastisitas 76
4.1.4.3 UjiMultikolinieritas.....77
4.1.5 Uji Regresi Sederhana 80
4.1.5.1 Koofisien Determinasi (R2)..... 82
4.1.5.2 Uji T (Parsial) 82
4.2 Pembahasan.....84
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Gudeg Yu Djum..... 84
BAB 5 PENUTUP 86
5.1 Kesimpulan 86
5.2 Saran 86
5.3 Rekomendasi..... 87
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Harga Gudeg Yu Djum	2
Tabel 1.2	Harga Paket Gendil Gudeg Yu Djum	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2.2	Penelitian Sekarang	13
Tabel 3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	40
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Umur	50
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Pendidikan	53
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Jumlah Berkunjung	54
Tabel 4.6	Hasil Jawaban Responden	55
Tabel 4.21	Hasil Uji Validitas	74
Tabel 4.22	Uji Realibilitas	76
Tabel 4.23	Uji Multikolineritas	81
Tabel 4.24	Hasil Regresi Linier Sederhana	80
Tabel 4.25	Hasil Kooefisien Determinasi	82
Tabel 4.26	Hasil Uji T	83

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Uji Normalitas 76

Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas 80

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Penelitian

Lampiran 2 Uji Validitas dan Realibilitas

Lampiran 3 Kuisioner Penelitian

Lampiran 4 Data Responden

Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 6 Uji Regresi Linier Sederhana

Lampiran 7 Foto Kegiatan

Lampiran 8 Biodata Peneliti

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

ABSTRAK

Riski Choiril Adrianto, 2018, SKRIPSI. Judul : "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gudeg Yu Djum Cabang Jl. Wonosari-Jogja Km 7, Gading Playen, Gunungkidul, Yogyakarta)

Pembimbing : Dr. H. Salim Al Idrus, MM.,M.Ag

Kata Kunci : Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

Penelitian ini dilatar belakangi dengan di zaman modern ini banyaknya makanan dari luar negeri yang masuk ke Indonesia menyebabkan kebanyakan orang lebih memilih makanan modern dibandingkan dengan makanan khas daerah. Tetapi dengan adanya fenomena tersebut produsen makanan khas daerah Gudeg Yu Djum tetap bertahan dan mampu bersaing dengan usaha-usaha sejenis maupun makanan dari luar negeri. Oleh karena itu, Gudeg Yu Djum perlu memahami faktor-faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen seperti salah satunya menjaga kualitas produk dalam menjalankan usaha pemasaran.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, secara parsial terhadap keputusan pembelian Gudeg Yu Djum. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif, dengan pendekatan kuantitatif. Subyek penelitian konsumen Gudeg Yu Djum cabang Jl Wonosari-Jogja Km 7 Playen, Gunungkidul, Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *sampling insidential* dengan menggunakan 65 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana.

Hasil dari penelitian ini adalah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen gudeg Yu Djum cabang Jl. Wonosari-Jogja Km 7, Gading Playen, Gunungkidul, Yogyakarta.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

ABSTRACT

Riski Choiril Adrianto, 2018, SKRIPSI. Judul : "The Effect of Product Quality on Purchase Decision (Case Study at Pada Gudeg Yu Djum Branch Jl. Wonosari-Jogja Km 7, Gading Playen, Gunungkidul, Yogyakarta)

Advisor : Dr. H. Salim Al Idrus, MM.,M.Ag

Keywords : Product Quality, Purchase Decision

This research is based on this modern era many food from abroad entering Indonesia cause most people prefer modern food compared to regional specialties. But with the phenomenon is a typical regional food producers Yu Djum persisted and was able to compete with similar businesses and foods from abroad. Therefore, Gudeg Yu Djum needs to understand the main factors influencing consumer purchasing decisions such as one of them maintaining the quality of the product in running the marketing business.

The purpose of this study is to determine the effect of product quality, partially on purchasing decisions Gudeg Yu Djum. This research uses descriptive research method, with a quantitative approach. Subject of research is customer Gudeg Yu Djum branch Jl Wonosari-Jogja Km 7 Playen, Gunungkidul, Yogyakarta. The sampling technique used *non probability sampling* with technique *sampling insidential* using 65 respondents. Data analysis techniques used descriptive analysis and simple linear regression analysis.

The result of this research is product quality partially influence to purchasing decision ustomer gudeg Yu Djum cabang Jl. Wonosari-Jogja Km 7, Gading Playen, Gunungkidul, Yogyakarta.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

ملخص البحث

أدريانتو، رزقي خير. 2018. *أثر جودة الإنتاج في قرار الشراء (البحث في مقصف "Gudeg Yu Djum" شعبة في الشارع وونوساري-يوغيا كيلو متر 7، غادينج فلايين، غونونج كيدول، يوغياكارتا)*.

المشرف: د. سالم العيدروس الماجستير

كلمات المفتاح: جودة الإنتاج، قرار الشراء.

إن في هذه الأواخر كثير من مأكولات خارج البلاد أمام المجتمع، ويسبب ذلك إلى أن المجتمع أكثر رغبة في مأكولات خارج البلاد بغير من المأكولات الإندونيسية. وبالرغم من ذلك إن منتج المأكولات الإندونيسية خاصة " *Gudeg Yu Djum* " لايزال يديم الإنتاج ويكون منافسا للمأكولات خارج البلاد. ومن ذلك ينبغي لمنتج " *Gudeg Yu Djum* " فهم بعناصر أساسية لها أثر في قرار الشراء من جهة المجتمع ومنها دوام جودة الإنتاج في التسويق.

إن هذا البحث يهدف معرفة أثر جودة الإنتاج جزئيا في قرار الشراء من جهة المجتمع. ويجري هذا البحث على المنهج الوصفي الكمي. إن موضوع هذا البحث مشتر " *Gudeg Yu Djum* " " شعبة في الشارع وونوساري-يوغيا كيلو متر 7، غادينج فلايين، غونونج كيدول، يوغياكارتا. وأما أخذ العينة فبطريقة إحتمالية عرضية، مستخدم 65 مجيبا. وأما تحليل البيانات فاستخدام تحليل وصفي والتراجع الخطي البسيط.

ونتيجة البحث معروف أن جودة الإنتاج لها أثر جزئي في قرار الشراء عند " شعبة في الشارع وونوساري-يوغيا كيلو متر 7، غادينج *Gudeg Yu Djum*مقصف " فلايين، غونونج كيدول،

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan industri kuliner khas daerah di Indonesia meunun jukkan perkembangan yang relatif pesat dan menunjukkan adanya peluang besar bagi pertumbuhan usaha kuliner khas daerah. Kompetisi dalam industri usaha kuliner pun semakin terasa dengan bermunculannya berbagai usaha kuliner khas daerah. Meningkatnya persaingan telah mengarahkan bisnis usaha kuliner khas daerah ini mendiferensiasikan diri mereka terhadap pesaing. Hal inilah yang menyebabkan suatu perusahaan perlu memahami faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen salah satumya seperti kualitas produk dalam menjalankan usaha pemasaran.

Di Indonesia saat ini terutama di Yogyakarta terdapat kuliner khas yaitu Gudeg. Gudeg merupakan masakan kuliner asli Yogyakarta berupa sayur nangka muda dan telah dimasak beberapa hari hingga kuah habis menguap. Kuliner Gudeg ini hanya dapat ditemukan di daerah Yogyakarta. Salah satu Gudeg yang terkenal di Yogyakarta yaitu Gudeg Yu Djum. Sejarah awal perjuangan almarhumah Yu Djum dalam memulai usaha gudegnya telah dimulai sejak tahun 1950 lalu. Bu Djuwariah atau lebih dikenal dengan sebutan Yu Djum telah mulai merintis usahanya dengan membuka kedai gudeg di Jalan Wijilan sejak tahun 1950. Yu Djum meninggal pada tanggal 14 November 2016 pada usia 87 tahun. Gudeg Yu

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Djum adalah tempat makan kuliner khas Yogyakarta dan sudah memiliki banyak cabang di Yogyakarta bahkan bisa melalukan *delivery* order melalui via *telephone*. Selain bisa dinikmati ditempat ,Gudeg Yu Djum juga dapat di bawa pulang sebagai oleh-oleh. Gudeg Yu Djum disajikan dengan krecek pedas, ayam dan telor bumbu gudeg, termasuk tahu dan tempe bacem yang dimasak dengan cara tradisional dan dengan bumbu pilihan yang menjadikan Gudeg Yu Djum memiliki rasa gurih dan manis yang pas. Harga Gudeg Yu Djum mulai dari Rp 9.000-, sampai dengan Rp 245.000-,tergantung dari menu yang dipilih. Berikut ini daftar menu gudeg Yu Djum :

Tabel 1.1

Harga Gudeg Yu Djum

No	Menu	Harga
1	Telur	Rp 15.000,-
2	Telur Tahu	Rp 16.000,-
3	Ayam Suwir	Rp 18.000,-
4	Telur Ayam Suwir	Rp 22.000,-
5	Sayap	Rp 24.000,-
6	Telur Sayap	Rp 27.000,-
7	Paha Ayam	Rp 24.000,-
8	Telur Paha	Rp 29.000,-
9	Ati Rempela	Rp 24.000,-
10	Dada	Rp 34.000,-

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

11	Paha Atas Brutu	Rp 34.000,-

Sumber : Gudeg Yu Djum (2018)

Tabel 1.2

Harga Paket Gudeg Kendil Yu Djum

NO	Menu	Harga
1	Kendil Original	Rp 149.000,-
2	Ayam 1/2 Ekor +telur	Rp 175.000,-
4	Ayam 1 Ekor + 8 telur	Rp 270.000,-
3	Ayam 1 Ekor + 4 telur	Rp 245.000,-

Sumber : gudeg yu djum (2018)

Dalam perkembangan selanjutnya konsumen merupakan penentu kegagalan atau keberhasilan dari suatu usaha. Perusahaan harus mengenali dan mengamati kebutuhan konsumen saat ini dan dimasa yang akan datang. Namun, hal ini tidaklah mudah karena banyaknya konsumen yang semakin komplek dengan persaingan usaha sejenis yang sangat kompetitif. Dengan hal ini perusahaan harus bisa menghadapi persaingan dan menjaga kepercayaan konsumen sehingga perusahaan dapat mengembangkan kualitas dari produk itu sendiri.

Perusahaan harus menjaga kualitas produknya untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk gudeg. Kemudian kualitas produk merupakan suatu hal yang penting

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen akan lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Menurut Kotler and Armstrong (2008) kualitas produk adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.

Hal yang membuat bertahannya Gudeg Yu Djum hingga selama ini karena selalu mempertahankan kualitas produk. Dalam menjaga kualitas produknya, Gudeg Yu Djum memasak sendiri gudeg jualannya. Jenis gudegnya adalah gudeg kering. Salah satu rahasia kegurihan Gudeg Yu Djum adalah gudegnya dimasak di kompor model lama yang apinya dari kayu bakar. Berbeda dengan produk pesaingnya yaitu Gudeg Bu Tjitro yang menawarkan produk gudeg basah, dimana tingkat keawetannya tidak sebagus dari Gudeg Yu Djum, inilah yang membuat banyak konsumen memilih kuliner Gudeg Yu Djum. Itulah yang membuat cita rasa dari gudeg Yu Djum sangat khas.

Kemudian permasalahan yang dihadapi gudeg Yu Djum adalah di zaman modern ini banyaknya makanan dari luar negeri yang masuk ke

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Indonesia menyebabkan kebanyakan orang lebih memilih makanan modern dibandingkan dengan makanan khas daerah gudeg. Selain itu dengan banyaknya usaha sejenis menyebabkan persaingan yang sangat ketat. Tetapi dengan adanya fenomena tersebut Gudeg Yu Djum tetap bertahan dan mampu bersaing dengan usaha-usaha sejenis maupun makanan dari luar negeri. Hal ini terbukti dengan sampai saat ini Gudeg Yu Djum telah tercatat sudah ada 12 gerai besar Gudeg Yu Djum yang ada di sekitaran wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Produk Gudeg Yu Djum telah banyak diminati dan menjadikan salah satu oleh-oleh khas dari kota Yogyakarta. Peneliti sangat termotivasi untuk meneliti lebih lanjut tentang keberlangsungan usaha Gudeg Yu Djum karena dari Tahun 1950-sekarang dapat bertahan dan bahkan telah berkembang pesat.

Himawan Baron dkk, (2016) dalam penelitiannya tentang Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Warung Mie Ayam Bakso Ajeng Karananyar menyebutkan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul: "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gudeg Yu Djum cabang Jl. Raya Wonosari-Jogja Km 7, Gading Playen, Gunungkidul, Yogyakarta)"

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang diambil adalah

1. Apakah terdapat pengaruh secara parsial dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian gudeg Yu Djum cabang Jl. Wonosari-Jogja Km 7, Gading Playen, Gunungkidul, Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian gudeg Yu Djum cabang Jl. Wonosari-Jogja Km 7, Gading Playen, Gunungkidul, Yogyakarta.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti
   a. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian suatu produk.
   b. Sebagai implementasi atas teori yang telah didapatkan selama masa perkuliahan dan menambah wawasan peneliti.
2. Bagi perusahaan

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keptusan pembelian. Sehingga dapat menjadi masukan yang berguna bagi para pelaku pasar terutama pemilik warung gudeg Yu Djum sehingga dapat memaksimalkan kualitas produk, kualitas layanan dan lokasi agar dapat menarik konsumen.
3. Bagi pihak lain

   Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pembaca dan dapat memberikan informasi bagi penelitian lain yang berkaitan dengan bidang pemasaran

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Peneliti mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian peneliti. Peneliti menemukan beberapa referensi penelitian terdahulu tentang pengaruh kualitas produki, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

Muhammad Hizbullah (2017) dalam penelitiannya tentang Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome (Studi Kasus Pada Pt. Telekomunikasi Indonesia Tbk Witel Yogyakarta) menyebutkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk indomie. Kemudian kesamaan penelitian diatas dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah pada variabel yaitu kualitas produk dan keputusan pembelian. Adapun perbedaannya adalah pada penelitian terdahulu perbedaan obyek penelitian.

Giardo Permadi Putra dkk,2017 dalam penelitiannya mengenai Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 Dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus) menyebutkan bahwa menunjukkan bahwa kualitas produk (X) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Z) dan kepuasan konsumen (Y), keputusan pembelian (Z) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada variabel kualitas produk. Adapun perbedaannya adalah pada uji statistiknya dan objek penelitian.

Dalam penelitiannya Himawan Baron dkk, 2016 mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Warung Mie Ayam Bakso Ajeng Karananyar menyebutkan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Warung Mie Ayam Bakso Ajeng Karanganyar. Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Warung Mie Ayam Bakso Ajeng Karanganyar. Ada pengaruh yang signifikan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen Warung Mie Ayam Bakso Ajeng Karanganyar. Kualitas pelayanan dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Warung Mie Ayam Bakso Ajeng Karanganyar. Kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi. Adapun perbedaannya adalah pada lokasi penelitian.

(Denny Kristian, Rita Widayanti, 2016) dalam penelitiannya mengenai Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Motor Honda Pada Mahasiswa Kampus 1 Universitas Kristen Krida Wacana amh menyebutkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda. Kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada variabel kualitas produk dan perbedaannya adalah pada lokasi penelitian.

Menurut Rahayu, Fitri (2017) dalam penelitiannya mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mc Steak Ponorogo menyebutkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada MC Steak Ponorogo. Kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi dan perbedannya adalah pada lokasi penelitian. Berikut merupakan rangkuman penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan peneliti.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Judul, Nama, Tahun	Tujuan	Hasil Penelitian
1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome (Studi Kasus Pada Pt. Telekomunikasi Indonesia Tbk Witel Yogyakarta) Muhammad Hizbullah,2017	Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks Produk Indihome	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk IndiHome yaitu sebesar 20,9% dan sisanya 70,1% tidak dijelaskan dalam penelitian ini.
2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 Dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus) Giardo Permadi Putra dkk,2017	Bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kualitas produk perusahaan terhadap keputusan pembelian, pengaruh kualitas produk perusahaan terhadap kepuasan konsumen, pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen.	Hasil analisis jalur (*path analysis*) menunjukkan bahwa kualitas produk (X) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Z) dan kepuasan konsumen (Y), keputusan pembelian (Z) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
3	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Warung Mie Ayam Bakso Ajeng Karananyar,	Untuk menguji pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen warung Mie Ayam Bakso Ajeng Karanganyar.	1) Ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Warung Mie Ayam Bakso Ajeng Karanganyar. 2) Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

	Himawan Baron dkk, 2016		keputusan pembelian konsumen Warung Mie Ayam Bakso Ajeng Karanganyar. 3) Ada pengaruh yang signifikan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen Warung Mie Ayam Bakso Ajeng 4) Kualitas pelayanan dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Warung Mie Ayam Bakso Ajeng Karanganya
4	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Mahasiswa Kampus 1 Universitas Kristen Krida Wacana (Denny Kristian, Rita Widayanti, 2016)	Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda dan apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda	Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda.
5	*The influence of the country-of-origin image,product knowledge and product involvement On consumer purchase decisions:an empirical study of insurance* and catering services in	*The main purpose of this study is to explore the influence of the country-of-origin image, product knowledge and product involvement on consumer purchase decision.* Tujuan penelituan tersebut	*the country-of-origin image, product knowledge and product involvement all have a significantly positive effect on consumer purchase decision; the country-of-origin image has a significantly positive effect on consumer purchase*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

	Taiwan (Paul C.S. Wua,, Gary Yeong-Yuh Yeh a, Chieh-Ru Hsiao)	adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk dan keterlibatan produk terhadap keputusan pembelian	*decisions under different product involvement; and product knowledge has significantly positive effect on consumer purchase decisions under different product involvement.* Hasil penelitian tersebut adalah sebagai berikut pengetahuan produk dan keterlibatan produk semuanya memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Kemudian pengetahuan produk secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen

Sumber : Bayu Sutrisna Aria Sejati (2016), Try Adi Prasetyo (2015), Baron dkk, (2016), Rahayu, Fitri (2017)

Tabel 2.2 Penelitian Sekarang

No	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
1	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Gudeg Yu Djum cabang Jl. Raya Wonosari-Jogja Km 7, Gading Playen, Gunungkidul, Yogyakarta	Untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan dari kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian gudeg Yu Djum cabang Jl. Wonosari-Jogja Km 7, Gading Playen, Gunungkidul. Untuk mengetahui indikator yang lebih dominan diantara kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian gudeg Yu Djum Jl. Wonosari-Jogja Km 7, Gading Playen, Gunungkidul,	Terdapat pengaruh secara parsial dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Sumber : Data diolah (2018)

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Kualitas Produk

2.2.1.1 Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan penggerak kepuasan pelanggan yang pertama dan kualitas produk ini adalah dimensi yang global. Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benarbenar teruji dengan baik mengenai kualitasnya. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen akan lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Kotler dan Keller (2009,59) produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.

Pengertian kualitas produk menurut Kotler and Armstrong (2008,67) adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Nasution (2005,67) kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan Konsumen atau konsumen.

Tjiptono (2012,47) mendefinisikan kualitas sebagai tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu keadaan dimana konsumen merasa cocok dengan suatu produk atau sesuai dengan keinganan yang diharapkan untuk memenuhi kebutuhannya.

2.2.1.2 Dimensi Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2008,107), kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan. Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui dimensi-dimensinya. Dimensi kualitas produk menurut Tjiptono (2008,109) adalah:

1. *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

3. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
4. *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
5. *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
6. *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk.
7. *Perceived quality* (kesan kualitas), sering dibilang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.
8. *Serviceability*, meliputi kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta kompetensi dan keramahtamahan staf layanan.

Kemudian, menurut Kotler dan Amstrong (2012:283) dimensi-dimensi kualitas produk terdiri dari:

1) Kinerja *(performance)*

Yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti dan dapat didefinisikan sebagai tampilan dari sebuah produk sesungguhnya.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Performance sebuah produk merupakan pencerminan bagaimana sebuah produk itu disajikan atau ditampilkan kepada konsumen. Tingkat pengukuran *Performance* pada dasarnya mengacu pada tingkat karakteristik dasar produk itu beroperasi. Sebuah produk dikatakan memiliki Performance yang baik bilamana dapat memenuhi harapan. Bagi setiap produk/jasa, dimensi *performance* bisa berlainan, tergantung pada *functional value* yang dijanjikan oleh perusahaan. Untuk bisnis makanan, dimensi *performance* adalah rasa yang enak.

2) Keandalan *(reliability)*

Yaitu tingkat kendalan suatu produk atau konsistensi keandalan sebuah produk didalam proses operasionalnya dimata konsumen. *Reliability* sebuah produk juga merupakan ukuran kemungkinan suatu produk tidak akan rusak atau gagal dalam suatu periode waktu tertentu. Sebuah produk dikatakan memiliki *Reliability* yang tinggi bilamana dapat menarik kepercayaan dari konsumen terkait kualitas keandalan sebuah produk. Dimensi *performance* dan *reliability* sekilas hampir sama tetapi mempunyai perbedaan yang jelas. *Reliability* lebih menunjukkan probabilitas produk menjalankan fungsinya.

3) Keistimewaan tambahan *(feature)*

Yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap dan dapat didefinisikan sebagai tingkat kelengkapan atribut-atribut yang ada pada sebuah produk. Pada titik tertentu, performance dari setiap merek hampir sama tetapi justru perbedaannya terletak pada fiturnya. Ini juga

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

mengakibatkan harapan konsumen terhadap dimensi *performance* relatif homogen dan harapan terhadap fitur relatif heterogen.

4) Kesesuaian dengan spesifikasi *(conformance to specifications)*

Yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya dan dapat didefinisikan sebagai tingkat dimana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi sasaran yang dijanjikan. Definisi diatas dapat dijelaskan bahwa tingkat *Conformance* sebuah produk dikatakan telah akurat bilamana produk-produk yang dipasarkan oleh produsen telah sesuai perencanaan perusahaan yang berarti merupakan produk-produk yang mayoritas diinginkan konsumen.

5) Daya tahan *(durability)*

Berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan dan dapat didefinisikan sebagai suatu ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal.

6) Kemampuan melayani *(service ability)*

Meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan dan dapat didefinisikan sebagai suatu ukuran kemudahan memperbaiki suatu produk yang rusak atau gagal. Disini artinya bilamana sebuah produk rusak atau gagal maka kesiapan perbaikan produk tersebut dapat diandalkan, sehingga konsumen tidak merasa dirugikan.

7) Estetika *(Aesthethics)*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Yaitu keindahan produk terhadap panca indera dan dapat didefinisikan sebagai atribut-atribut yang melekat pada sebuah produk, seperti warna, model atau desain, bentuk, rasa, aroma dan lain-lain. Pada dasarnya Aesthetics merupakan elemen yang melengkapi fungsi dasar suatu produk sehingga kinerja sebuah produk akan menjadi lebih baik dihadapan konsumen.

8) Kualitas yang dipersepsikan *(perceived quality)*

Yaitu kualitas yang dirasakan. Bilamana diterapkan pada pengukuran kualitas produk maka perceived quality merupakan kualitas dasar yang dimiliki sebuah produk

2.2.1.3 Pentignya Kualitas Produk

Rusel dalam (Ariani, 2003) mengidentifikasi tujuh peran pentingnya kualitas, yaitu:

1) Meningkatkan reputasi perusahaan

Perusahaan atau organisasi yang telah menghasilkan suatu produk atau jasa yang berkualitas akan mendapatkan predikat sebagai organisasi yang mengutamakan kualitas, oleh karena itu, perusahaan atau organisasi tersebut dikenal oleh masyarakat luas dan mendapatkan nilai lebih dimata masyarakat.

2) Menurunkan biaya

Untuk menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas perusahaan atau organisasi tidak perlu mengeluarkan biaya tinggi. Hal ini disebabkan perusahaan atau organisasi tersebut berorientasi pada *(customer*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

satisfaction), yaitu dengan mendasarkan jenis, tipe, waktu, dan jumlah produk yang dihasilkan sesuai dengan harapan dan kebutuhan konsumen.

3) Meningkatkan pangsa pasar

Pangsa pasar akan meningkat bila minimasi biaya tercapai, karena organisasi atau perusahaan dapat menekan harga, walaupun kualitas tetap menjadi yang utama.

4) Dampak internasional

Bila mampu menawarkan produk atau jasa yang berkualitas, maka selain dikenal dipasar lokal, produk atau jasa tersebut juga akan dikenal dan diterima di pasar internasional.

5) Adanya tanggung jawab produk

Dengan semakin meningkatnya persaingan kualitas produk atau jasa yang dihasilkan, maka organisasi atau perusahaan akan dituntut untuk semakin bertanggung jawab terhadap desain, proses, dan pendistribusian produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

6) Untuk penampilan produk

Kualitas akan membuat produk atau jasa dikenal, dalam hal ini akan membuaat perusahaan yang menghasilkan produk juga akan dikenal dan dipercaya masyarakat luas.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

7) Mewujudkan kualitas yang disarasakan penting

Persaingan yang saat ini bukan lagi masalah harga melainkan kualitas produk, hal inilah yang mendorong konsumen untuk mau membeli produk dengan harga tinggi namun dengan kualitas yang tinggi pula.

Kemudian Produk pada Al-Qur'an dinyatakan dalam dua istilah, yaitu *al- tayyibat* dan *al-rizq*. *Al-tayyibat* merujuk pada suatu yang baik, suatu yang murni dan baik, sesuatu yang bersih dan murni, sesuatu yang baik dan menyeluruh serta makanan yang terbaik. *Al-rizq* merujuk pada makanan yang diberkahi Tuhan, pemberian yang menyenangkan dan ketetapan Tuhan. Menurut Islam produk konsumen adalah berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna, yang menghasilkan perbaikan material, moral, spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang dalam Islam bukan merupakan produk dalam pengertian Islam. Barang dalam ekonomi konvensional adalah barang yang dapat dipertukarkan. Tetapi barang dalam Islam adalah barang yang dapat dipertukarkan dan berdaya guna secara moral.

Firman Allah swt dalam Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

"Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkahlangkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu."

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Menurut Syaikh Imam Al-Qurthubi, dalam bukunya yang berjudul Tafsir Al-Qurthubi/Syeikh Imam Al-Qurthubi,makna kata halal itu sendiri adalah melepaskan atau membebaskan. Dan kata ini disebut halal karena ikatan larangan yang mengikat sesuatu itu telah dilepaskan. Sahal bin Abdillah berkualitas, jika beberapa motivasi tersebut tidak ada padanya; seperti produk tertentu yang ditimbun karena tidak dikhawatirkan adanya persaingan. Bahkan seringkali mengarah pada penipuan, dengan menampakkan barang yang buruk dalam bentuk yang nampaknya bagus untuk mendapatkan keuntungan setinggi mungkin.

Firman Allah swt dalam Al-Quran surat Al-Mulk ayat 2 sebagai berikut:

الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلا وَهُوَ الْعَزِيزُ الْغَفُورُ

" yang menjadikan mati dan hidup, supaya Dia menguji kamu, siapa di antara kamu yang lebih baik amalnya. dan Dia Maha Perkasa lagi Maha Pengampun,"

Ayat diatas menjelaskan bahwa ujian Allah adalah untuk mengetahui siapa di antara hamba-hamba-Nya yang terbaik amalnya, lalu dibalas-Nya mereka pada tingkatan yang berbeda sesuai kualitas amal mereka; tidak sekedar banyaknya amal tanpa menekankan kualitasnya. Berdasarkan keterangan di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produksi adalah satu-satunya cara yang *mubah* yang mungkin diikuti produsen muslim dalam memproses produknya dan meraih keuntungan setinggi mungkin dengan biaya serendah mungkin. Motivasi kualitas produk mendapat perhatian besar dalam ilmu fiqih Umar Radhiyallahu

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Anhu, yang dapat ditunjukkan dari beberapa bukti sebagai berikut diantaranya:

1) Umar menyerukan untuk memperbagus pembuatan makanan, seraya mengatakan, " Perbaguslah adonan roti ; karena dia salah satu cara mengembangkannya," Artinya, perbaguslah adonan roti dan perhaluslah ; karena demikian itu menambah berkembangnya roti dengan air yang dikandungnya.
2) Umar Rhadiyallahu Anhu memberikan pengajaran secara rinci kepada kaum perempuan tentang pembuatan makanan yang berkualitas, seraya mengatakan, "janganlah seseorang diantara kamu membiarkan tepung hingga airnya panas, kemudian meninggalkannya sedikit demi sedikit, dan mengaduknya dengan centongnya ; sebab demikian itu akan lebih bagus baginya dan lebih membantunya untuk tidak mengeriting.

2.2.2 Keputusan Pembelian

2.2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk (2000) adalah "*the selection of an option from two or alternative choice*". Jadi, keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:157) keputusan pembelian adalah kegiatan yang dilakukan individu secara langsung untuk memperoleh dan menggunakan suatu produk barang atau jasa. Hal ini menjadi pendorong agar pemasar dapat memahami perilaku konsumen,

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

karena perilaku pembelian dapat diprediksikan sehingga strategi pemasaran dapat dipersepsikan secara tepat.

Menurut Kotler (2008), "Karakteristik pembeli dan proses pengambilan keputusannya akan menimbulkan keputusan pembelian". Suatu keputusan (*decision*) mencakup suatu pilihan diantara dua atau lebih tindakan atau perilaku alternatif. Pemasar secara khusus tertarik pada perilaku pembeli, terutama pilihan konsumen mengenai merek-merek yang akan di beli. Proses inti dalam pengambilan keputusan konsumen adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya. Hasil proses integrasi tersebut adalah suatu pilihan *(choice)*, serta kognitif menunjukkan intensi perilaku.

2.2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2009: 166-176), ada empat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu:

1) Faktor budaya
   a) Kultur

      Kultur adalah faktor penentu paling pokok dari keinginan dan perilaku seseorang. Makhluk yang lebih rendah umumnya dituntun oleh naluri. Sedangkan manusia, perilaku biasanya dipelajari dari lingkungan sekitarnya.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

b) Sub-kultur

Tiap kultur mempunyai sub-kultur yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk anggota mereka. Sub-kultur meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografi. Ketika sub-kultur tumbuh dengan besar dan cukup kaya, perusahaan akan merancang program pemasaran khusus untuk melayani mereka.

c) Kelas sosial

Kelas sosial merupakan pengelompokan masyarakat yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, tersusun secara hierarki dengan anggota yang memiliki nilai, minat, dan perilaku yang sama.

2) Faktor sosial

a) Kelompok

Perilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak kelompok kecil. Kelompok yang berpengaruh langsung di dalam mana seseorang menjadi anggotanya disebut kelompok keanggotaan. Kelompok yang berpengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang yang menjadi anggotanya disebut kelompok referensi.

b) Keluarga

Anggota keluarga merupakan kelompok referensi utama yang sangat berpengaruh terhadap perilaku pembelian tau keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh seseorang. Keluarga orientasi

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

adalah keluarga yang terdiri dari orangtua yang memberikan arah dalam hal tuntunan agama, politik, ekonomi, dan harga diri.

c) Peran dan status

Posisi seseorang dalam tiap kelompok dapat ditentukan dari segi peran dan status. Tiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakat.

3) Faktor pribadi
   a) Usia dan tahap daur hidup
   b) Pekerjaan
   c) Keadaan ekonomi
   d) Gaya hidup
   e) Kepribadian dan Konsep diri
4) Faktor psikologis
   a) Motivasi
   b) Persepsi
   c) Pembelajaran
   d) Kepercayaan dan sikap orang yang berasal dari sub-kultur, kelas sosial dan pekerjaan yang sama dapat mempunyai gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup seseorang menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

2.2.2.3 Tahapan Keputusan Pembelian

Menurut Philp Kotler (2012,224) terdapat lima tahapan dalam proses keputusan pembelian, yaitu :

1) Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Pemasar harus mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen. Lalu mereka dapat mengembangkan strategi pemasaran yang memicu minat konsumen.

Kebutuhan dibagi menjadi dua. Pertama, kebutuhan Fungsional. Kebutuhan fungsional secara langsung berkaitan dengan kinerja produk tersebut, alasan rasional kenapa konsumen membeli suatu produk. Kedua, kebutuhan Psikologis merupakan motivasi yang dipengaruhi emosi berkaitan dengan perasaan, baik itu hal keindaan maupun gengsi.

2) Pencarian Informasi

Segera setelah pelanggan mengidentifikasi suatu kebutuhan, mereka mungkin akan mencari informasi tentang ritel atau produk untuk membantu mencukupi kebutuhan mereka.

a) Jumlah informasi yang dicari. Secara umum jumlah informasi yang dicari tergantung kepada nilai yang dirasakan diperoleh dari pencarian dibandingkan dengan ongkos atau biaya pencarian informasi tersebut. Nilai dari pencarian evaluasi berdasarkan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

pertimbangan bahwa dalam hal bagaimankah nilai yang dirasakan oleh pelanggan tersebut dapat meningkatkan keputusan belanja konsumen.

b) Biaya pencarian informasi meliputi waktu dan biaya. Berkeliling dari satu toko ke toko memerlukan biaya untuk tenaga, bensin dan biaya parkir serta waktu pelanggan yang tersita.

c) Sumber-sumber informasi. Pelanggan memiliki dua sumber informasi yaitu internal dan eksternal. Sumber informasi internal adalah informasi dalam memori pelanggan seperti nama, citra dan pengalaman masa lalu dengan toko yang berbeda. Smber informasi eksternal adalah informasi yang disjikan oleh iklan dan orang lain. Pelanggan melihat ratusan iklan di media cetak dan media elektronik, pelanggan memperhatikan tanda untuk banyak *outlet* ritel tiap hari. Selain itu pelanggan mendapatkan informasi dari para teman dan keluarga.

d) Mengurangi pencarian informasi. Tujuan ritel dalam pencarian informasi pada proses belanja adalah untuk membatasi dan mengarahkan agar pelanggan melakukan pencarian informasi ke toko atau situs web secara langsung. Kondisi di mana pelanggan masih terus mencari informasi pada toko yang lain akan membuka peluang bagi toko lain tersebut untuk membujuk pelanggan untuk melaksanakan transaksi pembelian pada toko tersebut.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

3) Evaluasi Alternatif

Pemilihan suatu toko merupakan fungsi dari empat variabel yang terdiri dari :

a) Kriteria evaluasi

Dari kriteria evaluasi ini masih ada bagian-bagian yang harus diketahui oleh konsumen dalam memilih suatu toko yang meliputi lokasi (jarak), luas dan kedalam produk, harga, promosi, personel toko, pelayanan, dan masih banyak lagi elemen-elemen yang dapat dikatakan sebagai faktor penentu di dalam memberikan pilihan atas sebuah toko.

b) Karakteristik toko yang dirasakan

Yang dimaksud karakteristik toko disini diartikan sebagai citra toko, dapat dibagi menjadi beberapa hal seperti lokasi dari toko, keragaman barang yang ditawarkan, harga baran yang dijual, promosi yang dijalankan dalam menarik minat konsumen, pelayanan toko, penerangan toko atau penataan ruangan serta atmosfer di dalam ruangan toko.

c) Proses pembandingan

Tahapan ini dilakukan oleh konsumen apabila konsumen sudah melewati tahap pengenalan dan mengenal lebih jauh tentang citra suatu toko dimana pada tahap pembanding ini, konsumen akan melakukan beberapa perbandingan antar toko yang satu dengan toko lainnya

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

d) Toko yang dapat diterima dan toko yang tidak dapat diterima

Sesudah melakukan proses pembandingan, maka konsumen sudah dapat mengambil keputusan toko mana yang menjadi pilihan konsumen tersebut yang memenuhi syarat-syarat yang dikehendaki oleh konsumen.

4) Keputusan Pembelian

Dalam tahapan evaluasi, konsumen membuat perbandingan antar beberapa toko dan mengambil keputusan toko mana yang telah memenuhi syarat-syarat yang di inginkan. Setelah mengetahui toko mana yang menjadi pilihan maka tahap selanjutnya memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, kemudian konsumen akan melakukan transaksi pembelian terhadap produk tersebut.

5) Evalusi Pasca pembelian

Proses belanja tidak berakhir pada tahap pembelian produk. Setelah melakukan pembelian produk, pelanggan menggunakan produk itu dan kemudian mengevaluasi pengalaman ini untuk menentukan apakah produk ini memuaskan atau tidak memuaskan. Kepuasan adalah suatu evaluasi pasca konsumsi tentang seberapa baik suatu toko atau produk.

2.2.2.4 Pihak-Pihak yang Berperan Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian

Menurut Bilson Simamora (2001:94) ada lima peran yang dimainkan orang dalam membuat keputusan pembelian, antara lain :

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

1) Pencetus (*initiation*), yaitu orang yang pertama kali mengusulkan gagasan untuk membeli suatu produk saatu jasa tertentu.
2) Pemberi pengaruh (*influencer*) adalah orang yang pandangan atau sarannya dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan akhir konsumen.
3) Pengambil keputusan (*decider*) adalah orang yang sangat menentukan setiap komponen keputusan pembelian, seperti apakah membeli, apa yang akan dibeli, kapan hendak membeli dan dengan cara bagaimana membeli dan dimana akan membeli.
4) Pembeli (*buyer*) adalah orang yang akan melakukan pembelian nyata.
5) Pemakai (*user*) adalah orang yang mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa tertentu.

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian

Suatu produk yang memiliki kualitas produk yang tinggi secara langsung dapat memenuhi kebutuhan dan sesuai dengan keinginan konsumen bahkan dapat melebihi apa yang diinginkan oleh konsumen. Definisi produk menurut Kotler & Armstrong (2006) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, penggunaan maupun konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau memenuhi kebutuhan konsumen. Konsep produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi konsumen. Definisi dari kualitas produk mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

dalam pengemasan dan rep arasi produk dan cirri-ciri lainnya (Kotler dan Armstrong 2004).

Untuk mencapai suatu kualitas produk yang diinginkan, maka diperlukan sebuah standardisasi produk. Hal tersebut dimaksudkan agar produk yang dihasilkan memenuhi standar dan sesuai keinginan dengan konsumen. Kualitas produk juga mempunyai arti penting terhadap keputusan pembelian. Suatu perusahaan yang mampu menciptakan kualitas yang baik dan disesuaikan dengan harga yang wajar dapat menimbulkan keinginan konsumen untuk melakukan suatu pembelian. Apabila konsumen merasa puas dengan kualitas yang diberikan maka, konsumen tersebut tidak akan ragu untuk melakukan suatu pembelian ulang.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Bayu Sutrisna Aria Sejati, 2016 mengenai pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Adapun indikator didalam variabel kualitas produk yang memiliki kontribusi paling besar, yaitu keragaman produk. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

H1 : kualitas produk mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen gudeg Yu Djum.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

2.4 Kerangka Konseptual

Atas dasar uraian kajian teori yang telah dikembangkan diatas, maka dapat disusun kerangka pemikiran untuk menggambarkan hubungan dari variabel independen, dalam hal ini adalah Kualitas Produk (X1 terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) , yaitu sebagai berikut :

Gambar 2.1

Kerangka Konseptual Penelitian



Sumber : Data diolah (2018)

Keterangan :

⟶ : Uji Secara Parsial (Uji T)

2.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang palimg memungkinkan yang masih harus dicari kebenarannya. Hubungan antar variabel dalam peneliian ini memiliki hipotesis sebagai berikut : Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Gudeg Yu Djum cabang Jl. Wonosari-Jogja Km 7, Gading,Playen,Gunungkidul,Yogyakarta.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini lokasi yang dijadikan tempat penelitian adalah Gudeg Yu Djum Cabang Jl Wonosari-Jogja Km 7, Gading, Playen, Gunungkidul, Yogyakarta.

3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:2) metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Pengertian metode kuantitatif menurut Sugiyono (2012:7) yaitu metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur (biasanya dengan instrument penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik Sedangkan jenis pendekatan penelitian yang digunakan yaitu dengan metode survei. Tujuan utamanya adalah mengumpulkan informasi tentang variabel dari sekelompok objek (populasi). Survei dengan cakupan seluruh populasi (objek) disebut sensus. Adapun survei yang mempelajari sebagian populasi disebut sampel survey.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian oleh peneliti karena dipandang sebagai sebuah lingkungan penelitian (Ferdinand, 2011). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah berkunjung dan melakukan transaksi pembelian di warung gudeg Yu Djum pusat cabang Wonosari.

3.3.2 Sampel

Dalam melakukan penelitian tidak harus meneliti seluruh anggota populasi yang ada karena dalam banyak kasus tidak mungkin seorang peneliti dapat meneliti seluruh anggota populasi. Dengan demikian peneliti harus membuat sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Sampel itu sendiri merupakan subset dari sebuah populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (Sugiyono, 2012;65).

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah non probability sampling dengan teknik sampling insidental, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti ini dan dianggap cocok menjadi sumber data akan menjadi sampel penelitian ini (Sugiyono, 2012;67). dengan pengalaman ketika melakukan pembelian. Sehingga data kuesioner diisi oleh konsumen pada saat mengunjungi atau sangat kebetulan pada rumah makan di Gudeg Yu Djum tersebut.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Ferdinand (2011) menyatakan ukuran sampel yang digunakan sebaiknya adalah 5-10 kali jumlah indikator. Dalam penelitian ini, jumlah indikator penelitian sebanyak 13 indikator, sehingga jumlah sampel minimum adalah 5 kali jumlah indikator atau sebanyak 5 x 13 = 65 dan sampel maksimum adalah 10 x 13= 130, untuk itu penelitian ini menggunakan jumlah sampel sebanyak 65 responden.

Obyek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pemah atau sudah beberapa kali di rumah makan Gudeg Yu Djum pusat cabang Jl. Wonosari-Jogja Km 7, Gading Playen, Gunungkidul, Yogyakarta.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang diperoleh dapat dikelompokkan menjadi :

a. Data Primer

Data primer biasanya diperoleh melalui wawancara atau kuesioner. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah tanggapan responden yang diperoleh dari hasil kuesioner tentang kualitas produk, kualitas layanan, lokasi, dan keputusan pembelian yang disebarkan kepada sampel yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu konsumen rumah makan Gudeg Yu Djum cabang Jl. Wonosari-Jogja Km 7, Gading Playen, Gunungkidul, Yogyakarta yang pemah melakukan transaksi pembelian.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari organisasi atau perorangan. Data sekunder bentuknya berupa sumber pustaka yang mendukung penelitian ilmiah serta diperoleh dari literatur yang relevan seperti majalah, surat kabar, buku referensi, jurnal, artikel, website, maupun keterangan dari kantor yang

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

ada hubungannya dalam penelitian tersebut dan berkaitan dengan kualitas produk, kualitas peayanan, serta lokasi.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan secara acak untuk memperoleh sampel dari populasi yang telah ditentukan. Agar diperoleh data yang baik maka dilakukan dengan metode :

a. Wawancara

Penulis mengadakan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan, yaitu dengan pemilik gerai guna mendapatkan data-data yang diperlukan.

b. Observasi

Pengamatan langsung yang dilakukan oleh penulis di tempat penelitian yaitu di rumah makan Gudeg Yu Djum pusat cabang Jl. Wonosari-Jogja Km 7, Gading Playen, Gunungkidul, Yogyakarta.

c. Kuisioner

Metode pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan panduan kuesioner dimana nantinya data yang diperoleh dapat diolah dan memberikan informasi tertentu kepada peneliti. Dalam penelitian ini peneliti memberikan daftar pertanyaan tertutup dan terbuka kepada responden dimana selanjutnya responden diminta untuk mengisi pertanyaan tertutup dan terbuka tersebut. Pertanyaan tertutup dalam kuesioner tersebut menyajikan sebuah pertanyaan yang harus ditanggapi oleh responden secara terstruktur dibarengi dengan pertanyaan mengenai tanggapan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

yang telah diberikan dengan bentuk pertanyaan terbuka yang diungkapkan dengan tulisan.

Pertanyaan-pertanyaan pada angket tertutup menggunakan skala Likert 1-5 dengan menggunakan pernyataan berskala. Jawaban untuk setiap instrumen skala likert mempunyai gradasi dari negatif sampai positif. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban tersebut diberi skor sebagai berikut berikut :

a. Sangat Tidak Setuju dengan skor 1
b. Tidak Setuju dengan skor 2
c. Netral dengan skor 3
d. Setuju dengan skor 4
e. Sangat Setuju dengan Skor 5

3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.6.1 Variabel Penelitian

Untuk memudahkan agar suatu penelitian dapat bermula dan berakhir pada suatu tujuan yang jelas maka penelitian perlu disimplifikasi ke dalam bangunan variabel (Ferdinand, 2011). Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dapat diperoleh informasi tentang hal tersebut, dan kemudian dapat ditarik kesimpulannya.

Berkaitan dengan penelitian ini, variabel penelitian terbagi menjadi dua yang terdiri dari variabel dependen dan variabel independen, akan dijelaskan sebagai berikut :

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

1. Variabel dependen atau variabel terikat (Y) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain dan menjadi pusat perhatian peneliti. Hakekat sebuah masalah dapat mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari faktor inilah yang berusaha dijelaskan oleh peneliti (Ferdinand, 2011). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).
2. Variabel independen atau variabel bebas (X) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang mempengaruhi secara positif maupun negatif. Dalam script analysis, dapat terlihat bahwa variabel yang menjelaskan mengenai cara sebuah masalah dipecahkan adalah tidak lain variabel-variabel independen (Ferdinand, 2011). Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah kualitas produk..

3.6.2 Definisi Operasional Variabel

Philp Kotler (2003,224) operasional adalah penentuan construct sehingga menjadi variabel yang dapat diukur dan menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoprasikan construct. Melekatkan arti pada suatu variabel dengan cara menetapkan kegiatan atau tindakan yang perlu mengukur suatu variabel. Pengertian Variabel dan indikator empiris disajikan pada Tabel 3.1 berikut ini

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

No	Variabel Penelitian	Indikator	Items
1	Variabel Bebas Kualitas Produk (X1) Pengertian kualitas produk menurut Kotler and Armstrong (20012,283) adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.	*Performance* (kinerja) (X1.1)	a. Rasa gudeg enak b. Rasa gudeg nikmat
		Durability (daya tahan) (X1.2)	a. Gudeg bertahan lebih dari satu hari b. Gudeg enak walaupun lebih dari sehari
		Conformance to specifications (kesesuaian dengan spesifikasi) (X1.3)	a. Kesesuaian gudeg dengan rasanya b. Kesesuaian variasi menu gudeg dengan harganya
		Features (fitur) (X1.4)	a. Variasi menu gudeg b. Toping tambahan gudeg
		Reliability (reliabilitas) (X1.5)	a. Puas setelah mengkonsusi gudeg

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

			b. Rasa gudeg enak walaupun sudah 3 hari
		Aesthetics (estetika) (X1.6)	a. Aroma gudeg nikmat b. Tampilan gudeg menarik
		Perceived quality (kesan kualitas) (X1.7)	a. Gudeg yu djum enak b. Gudeg yu djum beda dari yang lain
		Serviceability (X1.8)	a. Keramahtamahan pelayanan b. Merespon keluhan konsumen
2	Keputusan Pembelian (Y) Kotler dan Armstrong (2012:157) keputusan pembelian adalah kegiatan yang dilakukan individu	Pengenalan masalah (Y1)	a. Kebutuhan konsumen akan produk b. Konsumen menginginkan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

	secara langsung untuk memperoleh dan menggunakan suatu produk barang atau jasa.		produk gudrg
		Pencarian Informasi (Y2)	a. Pencarian informasi melalui media cetak , iklan b. Mencari informasi melalui orang lain
		Evaluasi alternatif (Y3)	a. Memandingkan produk satu dengan yang lain b. Membeli produk karena harga dan rasa sesuai
		Keputusan pembelian (Y4)	a. Kesesuaian dengan kemampuan finansial. b. Membuatkeputusan pembelian dari rekomendasi orang lain
		Evaluasi pasca pembelian (Y5)	a. Konsumen melakukan pembelian ulang b. Konsumen merekomendasik

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

			an ke orang lain

Sumber : data diolah (2018)

3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.7.1.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2006) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid ketika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Tingkat validitas dapat diukur dengan membandingkannilai r hitung *(correlation item total correlation)* dengan r tabel dengan ketentuan *degree of freedom* (df) = n-2, dimana n adalah jumlah sampel.

Kriteria untuk penilaian uji validitas adalah :

r hitung> r tabel, maka pernyataan tersebut valid

r hitung> r tabel, maka pernyataan tersebut tidak valid

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Sebuah *scale* atau instrumen pengukur data dan data yang dihasilkan *reliable* atau terpercaya apabila instrumen itu memunculkan hasil yang sama secara konsisten setiap kali dilakukan pengukuran (Ferdinand, 2011). Menurut Ghozali (2006) reliabilitas sendiri sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal ketika jawaban responden terhadap pern yataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Maka semakin tinggi tingkat reliabilitas suatu alat pengukur maka semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Dalam SPSS diberikan fasilitas

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Conbarch Alpha> 0,60 (Ghozali, 2006 : 46).

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan model analisis yang tepat. Dalam penelitian ini untuk mengolah data hasil penelitian menggunakan Analisis lnferensial (kuantitatif) di mana dalam analisis tersebut menggunakan program SPSS. Analisis data dilakukan dengan bantuan Metode Regresi Linier Sederhana, namun sebelum melakukan analisis regresi linier sederhana digunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas.

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mngetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2006). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Mendeteksi normalitas dapat dilihat dengan penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Adapun dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut

a. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau pun grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

b. Pun sebaliknya, apabila data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.7.2.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent (Ghozali, 2006). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah dengan melihat matrik korelasi antar variabel independen. Jika antar variabel independen tersebut ada korelasi yang cukup tinggi (pada umumnya di atas 0,90) maka hal ini merupakan adanya indikasi multikolonieritas.

3.7.2.3 Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ketika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda, inilah yang disebut dengan heteroskedastisitas (Ghozali, 2006). Terdapat beberapa cara dalam mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas salah satunya yaitu dengan melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya. Adapun dasar untuk menganalisisnya, yaitu :

a. Jika terdapat pola tertentu (misalnya bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7.3 Uji Regresi Sederhana

Regresi linier sederhana merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan memprediksi variabel terkait dengan menggunakan variabel bebas (Sarwono Jonathan, 2006:181)

Pendapat lain menurut Gujarati dalam Jonathan Sarwono mendefinisikan analisi regresi sebagai kajian terhadap hubungan satu variabel yang disebut sebagai variabel yang diterangkan dengan satu atau dua variabel yang menerangkan. Variabel yang pertama disebut juga sebagai variabel tergantung dan variabel kedua disebut juga variabel bebas.

Metode regresi linier dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Metode ini juga bisa digunakan sebagai lamaran, sehingga dapat diperkirakan antara baik atau buruknya suatu variabel X terhadap naik turunnya suatu tingkat variabel Y, begitupun sebaliknya. Dalam Husein Umar (2013:307) rumus regresi linier seerhana yaitu :

$$Y=a+bX+e$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

a = Harga Y bila X=0 (harga Konstan)

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

b = angka arah atau koofesien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel independen. Bila b (+) maka bila (-) maka terjadi penurunan.

e = eror atau sisa

3.7.3.1 Koefisien Determinasi (R2)

Koofesien Determinasi (R2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Dalam output SPSS, koofesien determinasi terletak pada *Model Summary* dan tertulis *R Square.*

Dalam Ghazali Imam (2006:45) nilai R Square sebesar 1, berarti pengaruh variabel dependen seluruhnya dapat dijelaskan oleh variabel independen dan tidak ada faktor lain yang menyebabkan pengaruh variabel dependen. Jika nilai R2 berkisar antara 0 sampai dengan 1, berarti semakin kuat kemampuan variabel independen dapat menjelaskan pengaruh variabel dependen.

3.7.3.2 Uji Signifikansi Parameter Individual (uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelasan atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006). Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah variabel bebas (kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) berpengaruh secara parsial atau terpisah.

Hipotesa yang akan digunakan dalam pengujian ini adalah:

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

H0 : b1 = 0, artinya variabel-variabel bebas (kualitas produk) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

H1 : b1 ≠ 0, artinya bahwa variabel-variabel bebas (kualitas produk) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

Dasar pengambilan keputusannya adalah (Ghozali, 2006) :

a. Dengan membandingkan nilai t hitung dan t tabel.

   Apabila t tabel> t hitung maka H0 diterima dan H1 ditolak

   Apabila t tabel< t hitung maka H0 ditolak dan H1diterima

   Dengan tingkat signifikansi 95% (α = 5%), nilai df *(degree of freedom)*

b. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi.

   Apabila angka probabilitas signifikansi > 0,05 maka H0 diterima dan H1 ditolak.

   Apabila angka probabilitas signifikansi < 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Responden dari penelitian ini adalah konsumen Gudeg Yu Djum cabang Jl. Wonosari-Jogja Km 7, Gading Playen, Gunungkidul, Yogyakarta. Adapun pertanyaan yang termuat dalam kuesioner terdiri dari beberapa bagian, yaitu pertanyaan mengenai identitas konsumen dan pertanyaan mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi dan keputusan pembelian.

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai identitas responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan jumlah berkunjung konsumen ke gudeg Yu Djum. Penggolongan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran responden sebagai objek penelitan.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

4.1.1.1 Profil responden berdasarkan umur

Berdeasarkan data primer yang telah diolah maka hasil persebaran responden berdasarkan usia dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel.

Tabel 4.1

Responden Berdasarkan Umur

Usia	Jumlah (orang)	Presentase (%)
< 17 tahun	11 orang	16,9 %
18-30	15 orang	23,7%
31-50	21 orang	32,7 %
>50 tahun	18 orang	27,7 %
Total	65 orang	100 %

Sumber : data diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa dari 65 responden sebagian besar berusia 31-50 tahun dengan jumlah 21 responden dari total responden di ikuti dengan golongan usia 18-30 tahun dengan jumlah 15 responden sisanya adalah golongan usia >50 tahun sebanyak 18 responden dan <17 tahun sebanyak 11 responden.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

4.1.1.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari penelitian 65 responden dengan klasifikasi berdasarkan umur dapat ditunjukan pada tabel 4.2 berikut ini.

Tabel 4.2

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Presentase (%)
Laki-laki	22	34 %
Perempuan	43	66 %
Total	90	100

Sumber : Data diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa dari penelitian terdapat 65 responden menunjukkan bahwa pengolongan berdasarkan jenis kelamin yang paling banyak adalah perempuan yaitu 43 dari total responden sedangkan laki-laki hanya 22 dari total responden.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

4.1.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dari 90 responden yang terpilih sebagai responden berasal dari beberapa macam pekerjaan, yaitu pelajar/mahasiswa, guru/PNS, wiraswasta, wirausaha, IRT, buruh/karyawan dan petani. Adapun persebaran responden berdasarkan jenis pekerjaan tersaji dalam tabel 4.3 berikut ini.

Tabel 4.3

Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (orang)	Presentase (%)
Pelajar/mahasiswa	13	20 %
Guru/PNS	15	23.1%
Wiraswasta/pegawai swasta	19	39,2%
Ibu Rumah Tangga	6	9,2 %
Buruh	4	6.1 %
Petani	3	4,6 %
Wirausaha	5	7,7 %
Total	65	100%

Sumber : Data diolah (2018)

Berdasarkan tabel di 4.3 yang tersaji diatas dapat dilihat bahwa responden terbanyak berasal dari responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta dengan jumlah 19 responden. Untuk guru/pns pada posisi kedua dengan jumlah 15 responden, diikuti dengan yang lainnya seperti

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

pelajar/mahasiswa sebesar 13 responden, ibu rumah tangga sebesar 6 responden, wirausaha sebesar 5 responden, buruh sebesar 4 responden dan petani dengan jumlah 3 responden.

4.1.1.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.4

Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SD	4	6,15 %
SMP	11	1,7 %
SMA	32	49,2 %
Diploma/S1/D3	18	27,7 %
Total	65	100 %

Sumber : Data yang diolah

Dari tabel 4.4 di atas dapat dilihat bahwa responden terbanyak berasal dari tingkat pendidikan SMA dengan jumlah 32 responden, untuk tingkat D3/S1 berjumlah 18 responden, SMP berjumlah 11 responden, dan SD berjumlah 4 responden.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

4.1.1.5 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Berkunjung

Tabel 4.5

Responden Berdasarkan Jumlah Berkunjung

Jumlah Berkunjung	Jumlah(orang)	Presentase
<5	49	80 %
6-15	12	15.6 %
16-25	3	3.3 %
>26	1	1.1 %
Total	90	100 %

Sumber : Data diolah (2018)

Dari tabel 4.5 dapat dilihat bahwa responden dengan jumlah berkunjung <5 sebanyak 49 responden, jumlah berkunjung 6-15 kali sebanyak 12 responden, kemudian 16-25 sebanyak 3 responden dan jumlah berkunjung >26 sebanyak 1 responden.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

4.1.2 Pembahasan Hasil Jawaban Responden

4.1.2.1 Kualitas Produk

Adapun dalam variabel kualitas produk pada kuisioner penulis memasukkan sebanyak 16 item pertanyaan, hasil output nya sebagai berikut:

Tabel 4.6

Rasa Gudeg Enak

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tiak setuju	1	1.5	1.5	1.5
	netral	3	4.6	4.6	6.2
	setuju	24	36.9	36.9	43.1
	sangat setuju	37	56.9	56.9	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Sumber : data diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas terlihat 37 responden atau 59,6 % menjawab sangat setuju, 24 responden atau 36.9 % menjawab setuju, 3 responden atau 4.6% menjawab netral, 1 responden atau 1,5% menjawab tidak setuju dan tidak ada satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa konsumen menjawab bahwa rasa gudeg Yu Djum enak. Hal ini terbukti dengan sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan 37 responden atau 56,9 % dan 24 atau 36,9 % responden menjawab setuju.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Tabel 4.7

Rasa Gudeg Nikmat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tiak setuju	1	1.5	1.5	1.5
	Netral	5	7.7	7.7	9.2
	Setuju	46	70.8	70.8	80.0
	sangat setuju	13	20.0	20.0	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Sumber : data diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas terlihat 13 responden atau 20% menjawab sangat setuju, 46 responden atau 70,8 % menjawab setuju, 5 responden atau 7,7% menjawab netral, 1 responden atau 1,5% menjawab tidak setuju dan tidak ada satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa konsumen menjawab bahwa rasa gudeg Yu Djum nikmat. Hal ini terbukti dengan sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan 13 responden atau 20 % dan 46 atau 70,8 % responden menjawab setuju.

Tabel 4.8

Gudeg Bertahan Lebih Dari Sehari

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tiak setuju	1	1.5	1.5	1.5
	Netral	4	6.2	6.2	7.7
	Setuju	43	66.2	66.2	73.8
	sangat setuju	17	26.2	26.2	100.0

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tiak setuju	1	1.5	1.5	1.5
	Netral	4	6.2	6.2	7.7
	Setuju	43	66.2	66.2	73.8
	sangat setuju	17	26.2	26.2	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Sumber : data diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas terlihat 17 responden atau 26,2% menjawab sangat setuju, 43 responden atau 66,2 % menjawab setuju, 4 responden atau 6,2% menjawab netral, 1 responden atau 1,5% menjawab tidak setuju dan tidak ada satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa konsumen menjawab bahwa gudeg Yu Djum bisa bertahan lebih dari sehari. Hal ini terbukti dengan sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan 17 responden atau 26,2 % dan 43 atau 66,2 % responden menjawab setuju.

Tabel 4.9

Gudeg enak walaupun lebih dari sehari

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	netral	6	9.2	9.2	9.2
	setuju	49	75.4	75.4	84.6
	sangat setuju	10	15.4	15.4	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Sumber : data diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas terlihat 10 responden atau 15,4% menjawab sangat setuju, 49 responden atau 75,4 % menjawab setuju, 6 responden atau

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

9,2% menjawab netral dan tidak ada satupun responden yang menjawab tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa konsumen menjawab bahwa gudeg Yu Djum tetap enak walaupun lebih dari sehari. Hal ini terbukti dengan sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan 10 responden atau 15,4 % dan 49 atau 75,4 % responden menjawab setuju.

Tabel 4.10

Kesesuaian gudeg dengan rasanya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	6	9.2	9.2	9.2
	Setuju	38	58.5	58.5	67.7
	sangat setuju	21	32.3	32.3	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Sumber : data diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas terlihat 21 responden atau 32,3% menjawab sangat setuju, 38 responden atau 58,5 % menjawab setuju, 6 responden atau 9,2% menjawab netral dan tidak ada satupun responden yang menjawab tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa konsumen menjawab bahwa rasa gudeg Yu Djum sesuai. Hal ini terbukti dengan sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan 21 responden atau 32,3 % dan 38 atau 58,5 % responden menjawab setuju.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Tabel 4.11

Kesesuaian variasi menu gudeg dengan harganya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	34	52.3	52.3	52.3
	sangat setuju	31	47.7	47.7	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Sumber : data iolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas terlihat 31 responden atau 47,7% menjawab sangat setuju, 34 responden atau 52,3 % menjawab setuju dan tidak ada satupun responden yang menjawab netral, tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa konsumen menjawab bahwa variasi menu gugeg sesuai dengan harganya. Hal ini terbukti dengan sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan 31 responden atau 47,7 % dan 34 atau 52,3 % responden menjawab setuju.

Tabel 4.11

Variasi menu gudeg

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	netral	2	3.1	3.1	3.1
	setuju	50	76.9	76.9	80.0
	sangat setuju	13	20.0	20.0	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Sumber : data iolah (2018)

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Berdasarkan tabel diatas terlihat 13 responden atau 20% menjawab sangat setuju, 50 responden atau 76,9 % menjawab setuju, 2 responden atau 3,1% menjawab netral dan tidak ada satupun responden yang menjawab tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa konsumen menjawab bahwa gudeg Yu Djum mempunyai variasi menu gudeg. Hal ini terbukti dengan sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan 13 responden atau 20 % dan 50 responden atau 76,9 % responden menjawab setuju.

Tabel 4.12

Toping Tambahan Gudeg

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	2	3.1	3.1	3.1
	Setuju	48	73.8	73.8	76.9
	sangat setuju	15	23.1	23.1	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Sumber : data diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas terlihat 15 responden atau 23,1% menjawab sangat setuju, 48 responden atau 73,8% menjawab setuju, 2 responden atau 3,1% menjawab netral dan tidak ada satupun responden yang menjawab tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa konsumen menjawab bahwa gudeg Yu Djum mempunyai toping tambahan. Hal ini terbukti dengan sebagian besar responden menjawab sangat setuju

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

dengan 15 responden atau 23,1 % dan 48 responden atau 73,8 % responden menjawab setuju.

Tabel 4.13

Puas setelah mengkonsumsi gudeg

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	netral	5	7.7	7.7	7.7
	setuju	53	81.5	81.5	89.2
	sangat setuju	7	10.8	10.8	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Sumber : data diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas terlihat 7 responden atau 10,8% menjawab sangat setuju, 53 responden atau 81,5% menjawab setuju, 5 responden atau 7,7% menjawab netral dan tidak ada satupun responden yang menjawab tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa konsumen menjawab bahwa merasa puas setelah mengkonsumsi gudeg. Hal ini terbukti dengan sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan 7 responden atau 10,8% dan 53 responden atau 81,5% responden menjawab setuju.

Tabel 4.14

Rasa gudeg enak walaupun sudah 3 hari

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	6	9.2	9.2	9.2
	Setuju	20	30.8	30.8	40.0
	Sangat Setuju	39	60.0	60.0	100.0

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	6	9.2	9.2	9.2
	Setuju	20	30.8	30.8	40.0
	Sangat Setuju	39	60.0	60.0	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Sumber : data diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas terlihat 39 responden atau 60% menjawab sangat setuju, 20 responden atau 30,8% menjawab setuju dan 6 responden atau 9,2% menjawab netral. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa konsumen menjawab bahwa rasa gudeg yu djum enak walaupun lebih dari 3 hari. Hal ini terbukti dengan sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan 39 responden dan 20 responden menjawab setuju.

Tabel 4.15

Aroma Gudeg Nikmat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	5	7.7	7.7	7.7
	Setuju	37	56.9	56.9	64.6
	Sangat Setuju	23	35.4	35.4	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

S

Sumber data diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas terlihat 23 responden atau 35,4% menjawab sangat setuju, 37 responden atau 56,9 menjawab setuju dan 5 responden atau 7,7% menjawab netral. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa konsumen menjawab bahwa aroma gudeg yu djum nikmat. Hal ini terbukti dengan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan 23 responden dan 37 responden menjawab setuju.

Tabel 4.16

Tampilan Gudeg Menarik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	12	18.5	18.5	18.5
	Setuju	19	29.2	29.2	47.7
	Sangat Setuju	34	52.3	52.3	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Sumber : data diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas terlihat 34 responden atau 52,3% menjawab sangat setuju, 19 responden menjawab 29,2% menjawab setuju dan 12 responden atau 18,5% menjawab netral Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa konsumen menjawab bahwa tmpilan gudeg yu djum menarik. Hal ini terbukti dengan sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan 34 responden dan 19 responden menjawab setuju.

Tabel 4.17

Gudeg Yu Djum Enak

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	4	6.2	6.2	6.2
	Setuju	34	52.3	52.3	58.5
	Sangat Setuju	27	41.5	41.5	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Sumber : data diolah (2018)

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Berdasarkan tabel diatas terlihat 27 responden atau 41,5% menjawab sangat setuju, 34 responden menjawab setuju dan 4 responden atau 6,2% menjawab netral. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa konsumen menjawab bahwa rasa gudeg yu djum enak. Hal ini terbukti dengan sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan 27 responden dan 34 responden menjawab setuju.

Tabel 4.18

Gudeg Yu Djum Beda Dari Yang Lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	8	12.3	12.3	12.3
	Setuju	28	43.1	43.1	55.4
	Sangat Setuju	29	44.6	44.6	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Sumber : data diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas terlihat 29 responden atau 44,6% menjawab sangat setuju, 28 responden atau 43,1% menjawab setuju dan 8 responden atau 12,3% menjawab netral. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa konsumen menjawab bahwa gudeg yu djum beda dari yang lain. Hal ini terbukti dengan sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan 29 responden dan 28 responden menjawab setuju.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Tabel 4.19

Keramahtamahan Pelayanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	netral	1	1.5	1.5	1.5
	setuju	59	90.8	90.8	92.3
	sangat setuju	5	7.7	7.7	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Sumber : data diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas terlihat 5 responden atau 7,7% menjawab sangat setuju, 59 responden atau 90,8% menjawab setuju dan 1 responden menjawab netral. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa konsumen menjawab bahwa adanya keramahtamahan pelayanan I gudeg yu jum. Hal ini terbukti dengan sebagian besar responden menjawab setuju dengan 59 responden.

Tabel 4.10

Merespon Keluhan Konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	53	81.5	81.5	81.5
	sangat setuju	12	18.5	18.5	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Sumber : data diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas terlihat 12 responden atau 18,5% menjawab sangat setuju, 53 responden atau 81,5% menjawab setuju dan. Dari pertanyaan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

ini menunjukkan bahwa konsumen menjawab bahwa pelayan merespon keluhan dari konsumen. Hal ini terbukti dengan sebagian besar responden menjawab setuju dengan 53 responden atau 81,5%.

4.2.1 Keputusan Pembelian

Adapun dalam variabel kualitas produk pada kuisioner penulis memasukkan sebanyak 10 item pertanyaan, hasil output nya sebagai berikut:

Tabel 4.11
Kebutuhan Konsumen Akan Gudeg

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	7	10.8	10.8	10.8
	Setuju	34	52.3	52.3	63.1
	sangat setuju	24	36.9	36.9	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Sumber : data diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas terlihat 24 responden atau 36,9% menjawab sangat setuju, 34 responden atau 52,3% menjawab setuju dan 7 responden menjawab netral. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa konsumen menjawab bahwa konsumen butuh akan prouk gudeg yu djum. Hal ini terbukti dengan sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan 24 responden atau 36,9%. Dan setuju sebnyak 34 responden atau 52,3%.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Tabel 4.12

Konsumen menginginkan produk gudeg

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	7	10.8	10.8	10.8
	Setuju	33	50.8	50.8	61.5
	sangat setuju	25	38.5	38.5	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Sumber : data diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas terlihat 24 responden atau 36,9% menjawab sangat setuju, 34 responden atau 52,3% menjawab setuju dan 7 responden menjawab netral. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa konsumen menjawab bahwa konsumen butuh akan prouk gudeg yu djum. Hal ini terbukti dengan sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan 24 responden atau 36,9%. Dan setuju sebnyak 34 responden atau 52,3%

Tabel 4.13

Pencarian informasi melalui media cetak dan iklan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	7	10.8	10.8	10.8
	Setuju	35	53.8	53.8	64.6
	sangat setuju	23	35.4	35.4	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Sumber : data diolah (2018)

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Berdasarkan tabel diatas terlihat 23 responden atau 35,4% menjawab sangat setuju, 35 responden atau 53,8% menjawab setuju dan 7 responden menjawab netral. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa konsumen menjawab bahwa konsumen memperoleh informasi gudeg yu djum melalui media cetak dan iklan. Hal ini terbukti dengan sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan 243 responden atau 35,4%. Dan setuju sebnyak 35 responden atau 53,8%.

Tabel 4.14

Mencari informasi melalui orang lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	6	9.2	9.2	9.2
	Setuju	35	53.8	53.8	63.1
	sangat setuju	24	36.9	36.9	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Sumber : data diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas terlihat 24 responden atau 36,8% menjawab sangat setuju, 35 responden atau 53,8% menjawab setuju dan 6 responden menjawab netral. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa konsumen menjawab bahwa konsumen memperoleh informasi gudeg yu djum melalui orang lain. Hal ini terbukti dengan sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan 24 responden atau 36,9%. Dan setuju sebnyak 35 responden atau 53,8%.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Tabel 4.15

Membandingkan produk satu dengan yang lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	5	7.7	7.7	7.7
	Setuju	51	78.5	78.5	86.2
	sangat setuju	9	13.8	13.8	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Sumber : data diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas terlihat 9 responden atau 13,8% menjawab sangat setuju, 51 responden atau 78,5% menjawab setuju dan 5 responden menjawab netral. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa konsumen menjawab bahwa konsumen akan membandingkan gudeg yu djum dengan jenis gudeg yang lain lain. Hal ini terbukti dengan sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan 9 responden atau 13,8%. Dan setuju sebnyak 51 responden atau 78,5%.

Tabel 4.16

Membeli produk karena harga dan rasa sesuai

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	netral	9	13.8	13.8	13.8
	setuju	47	72.3	72.3	86.2
	sangat setuju	9	13.8	13.8	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Sumber : data diolah (2018)

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Berdasarkan tabel diatas terlihat 9 responden atau 13,8% menjawab sangat setuju, 47 responden atau 72,3% menjawab setuju dan 9 responden menjawab netral. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa konsumen menjawab bahwa konsumen membeli gudeg yu djum karena harga dan rasa sesuai. Hal ini terbukti dengan sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan 9 responden atau 13,8%. Dan setuju sebnyak 47 responden atau 78,5%

Tabel 4.17

Kesesuaian dengan kemampuan finansial

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	12	18.5	18.5	18.5
	Setuju	45	69.2	69.2	87.7
	sangat setuju	8	12.3	12.3	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Sumber : data diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas terlihat 8 responden atau 12,3% menjawab sangat setuju, 45 responden atau 69,2% menjawab setuju dan 12 responden menjawab netral. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa konsumen menjawab bahwa konsumen membeli gudeg yu djum karena kesesuaian dengan kemampuan finansial. Hal ini terbukti dengan sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan 8 responden atau 12,3%. Dan setuju sebnyak 45 responden atau 69,2%.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Tabel 4.18

Membuat keputusan pembelian dari rekomendasi orang lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	netral	15	23.1	23.1	23.1
	setuju	39	60.0	60.0	83.1
	sangat setuju	11	16.9	16.9	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Sumber : data diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas terlihat 11 responden atau 16,9% menjawab sangat setuju, 39 responden atau 60% menjawab setuju dan 15 responden menjawab netral. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa konsumen menjawab bahwa konsumen membeli gudeg yu djum karena rekomenasi orang lain. Hal ini terbukti dengan sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan 11 responden atau 16,9%. Dan setuju sebnyak39 responden atau 60%.

Tabel 4.19

Konsumen melakukan pembelian ulang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	netral	13	20.0	20.0	20.0
	setuju	43	66.2	66.2	86.2
	sangat setuju	9	13.8	13.8	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Sumber : data diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas terlihat 9 responden atau 13,8% menjawab sangat setuju, 43 responden atau 66,2% menjawab setuju dan 13 responden

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

menjawab netral. Dari pertanyaan ini menunjukkan konsumen menjawab bahwa konsumen akan melakukan pembelian ulang gudeg yu djum. Hal ini terbukti dengan sebagian besar responden menjawab setuju sebnyak 43 responden atau 66,2%.

Tabel 4.20

Merekomendasikan ke orang lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	7	10.8	10.8	10.8
	Setuju	43	66.2	66.2	76.9
	sangat setuju	15	23.1	23.1	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas terlihat 15 responden atau 23,1% menjawab sangat setuju, 43 responden atau 66,2% menjawab setuju dan 7 responden menjawab netral. Dari pertanyaan ini menunjukkan konsumen menjawab bahwa konsumen akan merekomendasikan gudeg yu djum ke orang lain. Hal ini terbukti dengan sebagian besar responden menjawab setuju sebnyak 43 responden atau 66,2%.

4.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.1.3.1 Uji Validitas

Setelah data kuesioner diperoleh, selanjutnya data tersebut diuji menggunakan validitas. Menurut Ghozali (2006) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid ketika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Tingkat validitas dapat diukur dengan membandingkan nilai r hitung *(correlation item total correlation)* dengan r tabel dengan ketentuan *degree of freedom* (df) = n-2, dimana n adalah jumlah sampel. Dalam penelitian ini r tabel adalah (df): 65-2 = 63 dan tertera pada tabel r adalah 0,205. Kriteria untuk penilaian uji validitas adalah :

r hitung> r tabel, maka pernyataan tersebut valid

r hitung< r tabel, maka pernyataan tersebut tidak valid

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan alat bantu program SPSS. Berikut ini hasil uji validitas instrumen terhadap angket Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

Tabel 4.21

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Uji Validitas		
		r hitung	r tabel	Ket.
Kualitas Produk	X1.1	0.236	0.205	Valid
	X1.2	0.572	0.205	Valid
	X1.3	0.392	0.205	Valid
	X1.4	0.467	0.205	Valid
	X1.5	0.584	0.205	Valid
	X1.6	0.246	0.205	Valid

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

	X1.7	0.386	0.205	Valid
	X1.8	0.474	0.205	Valid
	X1.9	0.377	0.205	Valid
	X1.10	0.424	0.205	Valid
	X1.11	0.467	0.205	Valid
	X1.12	0.623	0.205	Valid
	X1.13	0.623	0.205	Valid
	X1.14	0.569	0.205	Valid
	X1.15	0.539	0.205	Valid
	X1.16	0.396	0.205	Valid
Keputusan Pembelian	Y1	0.721	0.205	Valid
	Y2	0.762	0.205	Valid
	Y3	0.556	0.205	Valid
	Y4	0.473	0.205	Valid
	Y5	0.549	0.205	Valid
	Y6	0.603	0.205	Valid
	Y7	0.625	0.205	Valid
	Y8	0.694	0.205	Valid
	Y9	0.679	0.205	Valid
	Y10	0.619	0.205	Valid

Sumber: Data Diolah (2018)

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Hasil uji validitas instrumen dengan Korelasi Pearson terhadap angket Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian diperoleh nilai r hitung setiap item memenuhi syarat yaitu > 0,205 sehingga 26 item valid dan dapat dilanjutkan.

4.1.2.2 Uji Realibilitas

Sebuah *scale* atau instrumen pengukur data dan data yang dihasilkan *reliable* atau terpercaya apabila instrumen itu memunculkan hasil yang sama secara konsisten setiap kali dilakukan pengukuran (Ferdinand, 2011). Menurut Ghozali (2006) reliabilitas sendiri sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal ketika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Maka semakin tinggi tingkat reliabilitas suatu alat pengukur maka semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Dalam SPSS diberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Conbarch Alpha> 0,60 (Ghozali, 2006 : 46). Adapun ringkasan hasil uji reliabilitas sebagaimana data dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.22

Uji Realibilitas

Variabel	Uji Reliabilitas		
	Cronbach	Batas	Keterngan
Kualitas Produk	0.724	0.600	Reliabel
Keputusan Pembelian	0.746	0.600	Reliabel

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Sumber : data diolah (2018)

Hasil uji reliabilitas instrumen dengan Cronbach Alpha terhadap angket Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian diperoleh nilai Cronbach Alpha memenuhi syarat yaitu > 0,600 sehingga variabel yang digunakan adalah reliabel.

4.1.3 Uji Asumsi Klasik

4.1.3.4 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mngetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2006). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Mendeteksi normalitas dapat dilihat dengan penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Adapun dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut :

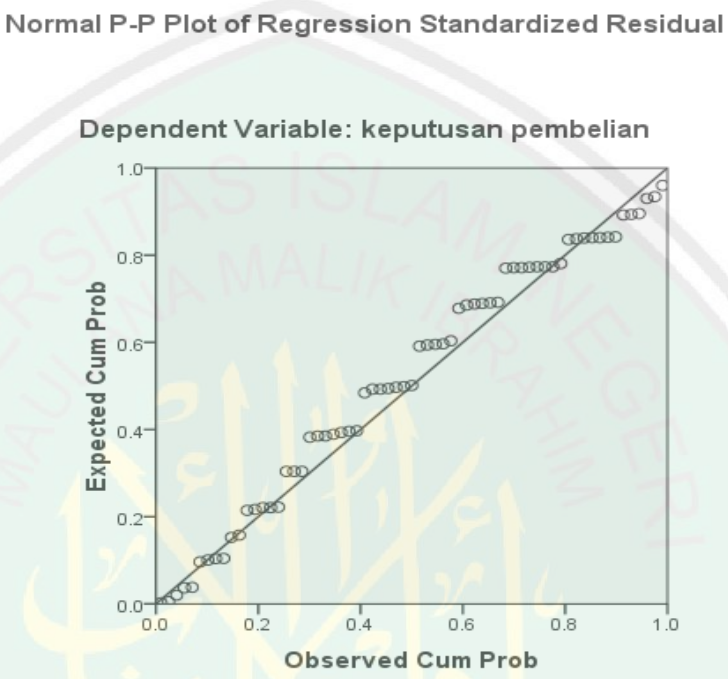
a. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau pun grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
b. Pun sebaliknya, apabila data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Berikut disajikan hasil uji normalitas terhadap model regresi linier antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian menggunakan grafik Normal P-P Plot.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Gambar 4.1

Uji Normalitas



Sumber : data diolah (2018)

Hasil uji normalitas residual menggunakan grafik Normal P-P Plot terhadap model regresi linier antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian diperoleh titik-titik plot berhimpit dengan garis diagonal sehingga residual mengikuti distribusi normal dan asumsi normalitas terpenuhi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengujian pada model regresi ini berdistribusi normal dan bisa dilanjutkan pada pengujian selanjutnya.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

4.1.3.5 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ketika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda, inilah yang disebut dengan heteroskedastisitas (Ghozali, 2006). Terdapat beberapa cara dalam mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas salah satunya yaitu dengan melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya. Adapun dasar untuk menganalisisnya, yaitu :

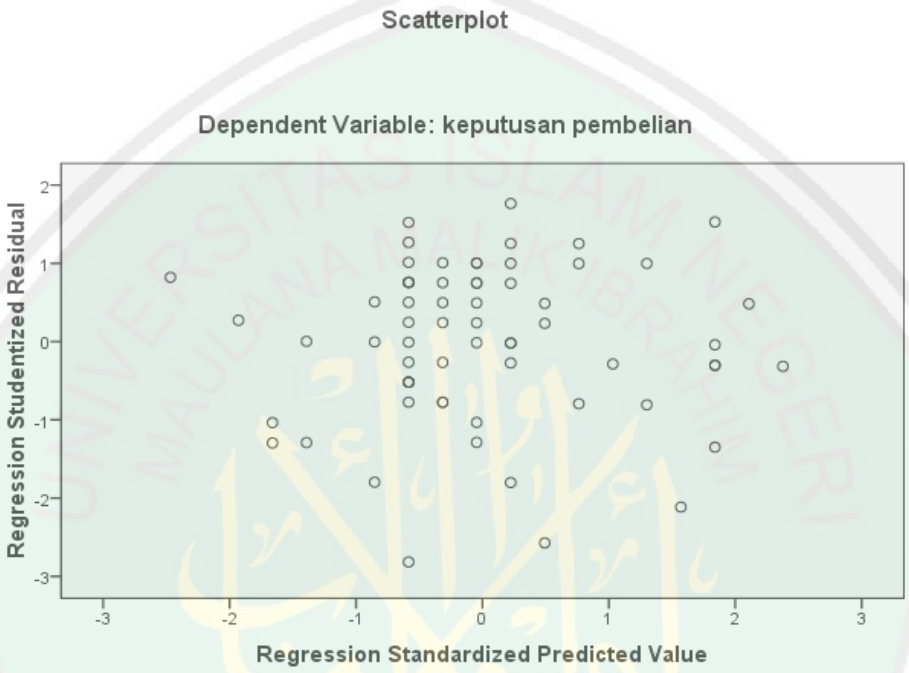
a. Jika terdapat pola tertentu (misalnya bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berikut disajikan hasil uji heteroskedastisitas terhadap model regresi linier antara Kualitas Produk Lokasi terhadap Keputusan Pembelian menggunakan grafik Scatter plot.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Gambar 4.2.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber : data diolah (2018)

Hasil uji heteroskedastisitas terhadap model regresi linier antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian menggunakan grafik Scatter plot diketahui titik-titik plot tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu sehingga asumsi heteroskedastisitas terpenuhi.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

4.1.3.6 Uji Multikolineritas

Berikut disajikan hasil uji multikolinieritas terhadap model regresi linier antara Produk, Pelayanan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian terhadap Keputusan Pembelian menggunakan uji VIF.

Tabel 4.23

Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tollerance	VIF
Kualitas Produk	1.00	1.00

Sumber: Data Diolah (2018)

Hasil uji multikolinieritas terhadap model regresi linier antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian menggunakan uji VIF diperoleh nilai VIF setiap variabel bebas kurang dari 10 sehingga tidak ditemukan masalah multikolinieritas.

4.1.4 Uji Regresi Sederhana

Metode regresi linier seerhana ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Berikut disajikan hasil regresi linier sederhana antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Tabel 4.24

Hasil Persamaan Regresi Linier Sederhana

S

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.602	5.228		.105	.000
	Produk	.406	.133	.467	4345	.001

a. Dependent Variable: keputusan

Sumber :data diolah (2018)

Pada output ini, dikemukakan nilai koofisien dari persamaan regresi. Dalam kasus ini, persamaan regresi sederhana yang digunakan adalah:

$$Y=a+bX$$

Dimana :

Y= Keputusan Pembelian

X= Kualitas Produk

Dari output didapatkan model persamaan regresi :

$$Y=0,602+0,406X$$

Dari persamaan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Nilai konstanta (a) sebesar 0,602 menunjukkan tanpa adanya pengaruh dari Produk maka nilai Keputusan Pembelian adalah 0,602.
b. Nilai koefisien Produk sebesar 0,406 menunjukkan setiap peningkatan nilai Produk sebesar 1 satuan akan meningkatkan nilai Keputusan Pembelian sebesar 0,406 atau semakin baik Produk maka semakin baik Keputusan Pembelian.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

4.1.4.1 Uji Determinasi (R Square)

Koofisien determinasi (R Square) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen kualitas produk mampu menjelaskan variabel dependen keputusan pembelian. Berikut ini hasil uji determinasi (R square)

Tabel 4.25

Hasil Uji Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.607[a]	.348	.316	3.95928

a. Predictors: (Constant), produk

Sumber : data diolah (2018)

Hasil koefisien determinasi didapatkan nilai R Square sebesar 0,348 artinya bahwa besar pengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian yang ditimbulkan oleh variabel Kualitas Produk adalah sebesar 34,8%, sedangkan besar pengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian yang ditimbulkan oleh faktor lain adalah sebesar 66,2 persen.

4.1.4.2 Uji Parsial (Uji T)

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan pada penelitian ini. Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan pengujian menggunakan uji t. Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berikut disajikan hasil

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

pengujian pengaruh antara variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian secara parsial dengan menggunakan uji t

Tabel l4.26

Hasil Uji Hipotesis

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.602	5.228		.105	.000
	Produk	.406	.133	.467	4.345	.001

a. Dependent Variable: keputusan

Sumber : data diolah (2018)

Pada tabel diatas, t hitung pada kinerja pustakawan adalah 4,345. Pada derajat bebas (df)=N-2=65-2= 63, maka ditemukan t tabel sebesar 1,998. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa t hitung > t tabel (4,345>1,998). Kriteria dalam keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

a. Jika t hitung > t tabel maka Ho ditolak secara statistic adalah signifikan, dari hasil uji t nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 (0,001 < 0,05) berarti terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
b. Jika t hitung < t tabel maka Ho diterima, artinya secara statistic adalah tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
c. Berdasarkan kriteria di atas maka Ho ditolak dan H1 diterima. Berarti kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Dari hasil analisis data penelitian di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian Gudeg Yu Djum

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana yang menggunakan uji T diketahui bahwa Uji parsial antara variabel Produk terhadap variabel Keputusan Pembelian didapatkan nilai t hitung (4,345) lebih dari t tabel (1,988) atau nilai signifikansi (0,001) kurang dari alpha (0,05) sehingga terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Produk terhadap variabel Keputusan Pembelian. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk secara parsial mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian Gudeg Yu Djum cabang Jl Wonosari-Jogja km 7, Gading,Playen Gunungkidul. Pada hasil penelitian ini mendukung temuan penelitian yang dilakukan dari Bayu Sutrisna Aria Sejati, 2016 yang menyatakan kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Kemudian menurut prespektif Islam itu sendiri produk konsumen adalah berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna, yang menghasilkan perbaikan material, moral, spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang dalam Islam bukan merupakan produk dalam pengertian Islam. Barang dalam ekonomi konvensional adalah barang yang dapat dipertukarkan. Tetapi barang dalam Islam adalah barang yang dapat dipertukarkan dan berdaya guna secara moral.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Firman Allah swt dalam Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

"Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu."

Jadi, di dalam Islam sendiri dijelaskan untuk memakan makanan atau produk yang halal lagi baik yang ada di bumi.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada Gudeg Yu Djum cabang Jl. Wonosari-Jogja Km 7, Gading Playen, Gunungkidul, Yogyakarta). Dengan menggunakan 65 responden dan menggunakan uji regresi linier seerhana dapat diambil kesimpulan sebagai berikut yaitu kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen gudeg Yu Djum cabang Jl. Wonosari-Jogja Km 7, Gading Playen, Gunungkidul, Yogyakarta.

1.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut ada beberapa saran yang peneliti ajukan yang dapat dijadikan acuan sesuai dengan hasil penelitian, diantaranya ialah:

1. Kualitas Produk merupakan variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Gudeg Yu Djum Cabang Jl. Wonosari-Jogja Km 7, Gading Playen, Gunungkidul, Yogyakarta, sehingga disarankan pada pihak manajemen untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk tersebut sehingga konsumen puas dan akan melakukan pembelian selanjutnya. Peningkatan kualitas produk dapat dilakukan melalui peningkatan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan kontrol kebersihan dan penyajian produk, peningkatan cita rasa dan inovasi-inovasi pada produk di Gudeg Yu Djum Gudeg Yu Djum Cabang Jl. Wonosari-Jogja Km 7,

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Gading Playen, Gunungkidul, Yogyakarta sehingga konsumen akan tertarik dan memutuskan untuk membeli.

2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat membantu dalam memberikan informasi dan menjadi refrensi untuk dapat mengembangkan penelitian selanjutnya, lalu disarankan peneliti lain menambahkan variabel-variabel bebas lainnya agar lebih luas cakupannya.

1.3 Rekomendasi

Direkomendasikan untuk penelitian lebih lanjut agar dapat menentukan variabel atau indikator yang lain agar dapat meningkatkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang lebih tinggi.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Ariani, Dorothea Wahyu. 2003. *Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*. Jakarta: Ghalia Indonesia

Bilson Simamora, 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Edisi Pertama. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Ferdinand, 2011. *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Edisi 3, AGF Books. Semarang. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro

Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi ke 4). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Husein Umar. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali

Kotler and Armstrong ,2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.

Kotler and Armstrong , Garry, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.

Kotler and Armstrong , 2003. *Manajemen pemasaran*, Edisi kesembilan, Jakarta: PT. Indeks Gramedia

Kotler dan Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.

M.N Nasution, 2005. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia

Parasuraman, 1988, SERVQUAL: *A Multiple Item Scal For Marketing Customer Perseptions of Service Quality*, Journal Of Retailing

Sarwono Jonathan.2006. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Schiffman dan Kanuk. 2000. *Consumer Behavior*. Edisi 7. Prentice Hall: New Jersey.

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, Fandy, 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy, 2005. Brand Management & Strategy. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

Jurnal :

Denny Kristian dan Rita Widayanti. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Mahasiswa Kampus 1 Universitas Kristen Krida Wacana. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Vol. 16, No. 1, Januari - Juni 2016

Giardo Permadi Putra dkk. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 Dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 48 No.1 Juli 2017

Himawan Baron dkk, 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Warung Mie Ayam Bakso Ajeng Karananyar, *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 16 No. 3 September 2016: 346 – 353 346

Long-Yi Lin and Chun-Shuo Chen. *The influence of the country-of-origin image, product knowledge and product involvement on consumer purchase decisions: an empirical study of insurance and catering services in Taiwan. Journal of Consumer Marketing* 23/5 (2006) 248–265 *Emerald Group Publishing Limited* [ISSN 0736-3761]

Muhammad Hizbullah. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome (Studi Kasus Pada Pt. Telekomunikasi Indonesia Tbk Witel Yogyakarta Tahun 2017). e-Proceeding of Applied Science : Vol.3, No.2 Agustus 2017

Rahayu, Fitri (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mc Steak Ponorogo (Studi Kasus Pada Mc Steak Jl. Pramuka No. 26 Ponorogo), Skripsi Universitas Muhamadiyah Ponorogo.

Al Qur'an:

Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 168

Al-Quran surat Al-Mulk ayat 2

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Lampiran 2

Validitas dan Reliabilitas

Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.724	.850	17

Inter-Item Correlation Matrix

	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10
x1	1.000	.248	.372	-.061	.417	-.143	-.182	.041	.182	-.027
x2	.248	1.000	.269	.490	.432	.000	.193	.206	.245	.269
x3	.372	.269	1.000	.351	.479	-.237	-.083	-.059	.175	.423
x4	-.061	.490	.351	1.000	.388	.135	.095	.337	.200	.088
x5	.417	.432	.479	.388	1.000	.202	-.117	.095	.247	.479
x6	-.143	.000	-.237	.135	.202	1.000	.510	.250	.067	.207
x7	-.182	.193	-.083	.095	-.117	.510	1.000	.447	.095	.124
x8	.041	.206	-.059	.337	.095	.250	.447	1.000	.270	-.059
x9	.182	.245	.175	.200	.247	.067	.095	.270	1.000	-.088
x10	-.027	.269	.423	.088	.479	.207	.124	-.059	-.088	1.000
x11	-.061	.245	.351	.280	.176	.135	.095	.135	-.040	.614
x12	.106	.269	.423	.351	.247	-.015	.124	.384	.175	.423
x13	.106	.269	.135	.088	.479	.207	.332	.163	.175	.423
x14	-.109	.366	-.105	.239	.169	.141	.509	.262	.120	.288
x15	.101	.290	-.042	.237	.192	-.064	.426	.463	.332	-.042
x16	-.011	.216	.015	.176	.068	.024	.217	.273	.247	.015
t	.346	.610	.437	.513	.627	.312	.449	.528	.427	.468

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

x11	x12	x13	x14	x15	x16	T
-.061	.106	.106	-.109	.101	-.011	.346
.245	.269	.269	.366	.290	.216	.610
.351	.423	.135	-.105	-.042	.015	.437
.280	.351	.088	.239	.237	.176	.513
.176	.247	.479	.169	.192	.068	.627
.135	-.015	.207	.141	-.064	.024	.312
.095	.124	.332	.509	.426	.217	.449
.135	.384	.163	.262	.463	.273	.528
-.040	.175	.175	.120	.332	.247	.427
.614	.423	.423	.288	-.042	.015	.468
1.000	.877	.351	.239	-.047	.176	.513
.877	1.000	.423	.288	.270	.247	.656
.351	.423	1.000	.681	.582	.247	.656
.239	.288	.681	1.000	.822	.484	.596
-.047	.270	.582	.822	1.000	.443	.574
.176	.247	.247	.484	.443	1.000	.452
.513	.656	.656	.596	.574	.452	1.000

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	127.7000	38.079	.236	.	.719
x2	128.0000	38.069	.572	.	.707
x3	127.8667	39.016	.392	.	.715
x4	127.8333	38.489	.467	.	.711
x5	127.7667	37.564	.584	.	.703
x6	127.7333	39.237	.246	.	.719
x7	127.9000	38.300	.386	.	.711
x8	127.9333	37.995	.474	.	.708
x9	128.1667	38.902	.377	.	.714
x10	127.8667	38.878	.424	.	.714
x11	127.8333	38.489	.467	.	.711

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

x12	127.8667	38.051	.623	.	.706
x13	127.8667	38.051	.623	.	.706
x14	127.9333	38.961	.569	.	.713
x15	127.9667	38.585	.539	.	.710
x16	127.7667	38.530	.396	.	.712
t	66.0000	10.207	1.000	.	.776

Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.746	.852	11

Inter-Item Correlation Matrix

	y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9	y10	T
y1	1.000	.825	.563	.475	.130	.314	.315	.224	.118	.330	.780
y2	.825	1.000	.717	.690	.000	.239	.143	.091	.128	.344	.781
y3	.563	.717	1.000	.894	-.278	-.019	-.125	-.093	-.067	-.034	.544
y4	.475	.690	.894	1.000	-.392	-.140	-.217	-.175	-.066	-.029	.466
y5	.130	.000	-.278	-.392	1.000	.604	.713	.430	.379	.334	.371
y6	.314	.239	-.019	-.140	.604	1.000	.670	.712	.585	.560	.676
y7	.315	.143	-.125	-.217	.713	.670	1.000	.579	.531	.484	.595
y8	.224	.091	-.093	-.175	.430	.712	.579	1.000	.416	.303	.527
y9	.118	.128	-.067	-.066	.379	.585	.531	.416	1.000	.763	.557
y10	.330	.344	-.034	-.029	.334	.560	.484	.303	.763	1.000	.624
T	.780	.781	.544	.466	.371	.676	.595	.527	.557	.624	1.000

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1	77.2667	41.789	.735	.	.705
y2	77.2333	42.116	.739	.	.707
y3	77.1000	44.438	.471	.	.728
y4	77.1333	44.947	.381	.	.733
y5	77.4667	47.292	.324	.	.743
y6	77.6333	44.930	.638	.	.726
y7	77.5333	45.016	.543	.	.728
y8	77.6333	44.723	.455	.	.729
y9	77.5000	45.500	.506	.	.731
y10	77.4333	44.530	.572	.	.725
T	40.7333	12.271	1.000	.	.793

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Lampiran 3

LEMBAR KUESIONER

Saya mohon kesediaan anda untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada lembar kuesionermengenai "PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Gudeg Yu Djum Pusat Jl. Wonosari-Jogja Km 7, Gading Playen, Gunungkidul, Yogyakarta)". Atas waktu dan kesediaan anda dalam mengisi kuesioner, saya mengucapkan banyak terima kasih.

Petunjuk pengisian

Anda diminta untuk mengisi kolom isian dan memberikan tanda checklist (√) sesuai dengan jawaban pada pertanyaan yang diberikan

I. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. Usia : …… …tahun
4. Pendidikan : …….
5. Pekerjaan : …….
6. Berapa kali anda berkunjung ke Gudeg Yu Djum ……kali

II. PETUNJUK PENGISIAN

Pada setiap nomor pernyataan berilah tanda (√) tepat pada kolom yang tersedia sesuai dengan penilaian Anda.

Keterangan Jawaban:

SS : Sangat Setuju
S : Setuju
N : Netral
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Variabel Kualitas Produk

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Rasa gudeg enak					
2	Rasa gudeg nikmat					
3	Gudeg bertahan lebih dari satu hari					
4	Gudeg tetap enak walaupun lebih dari sehari					
5	Gudeg sesuai dengan rasanya					
6	Kesesuaian variasi menu gudeg dengan rasanya					
7	Menu gudeg bervariasi					
8	Terdapat toping tambahan pada gudeg					
9	Puas setelah mengkonsumsi gudeg					
10	Rasa gudeg enak walaupun sudah 3 hari					
11	Aroma gudeg nikmat					
12	Tampilan gudeg menarik					
13	Gudeg Yu Djum enak					
14	Gudeg Yu Djum beda dari yang lain					
15	Keramahtamahan dalam melayani konsumen					
16	Pelayan merespon keluhan konsumen					

Variabel Keputusan Pembelia

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Anda membutuhkan produk gudeg Yu Djum					
2	Anda mengiginkan Gudeg Yu Djum					
3	Mencari informasi gudeg yu djum melalui media cetak, iklan					
4	Mencari informasi gudeg yu dum melalui orang lain					
5	Gudeg yu djum lebih enak dari gudeg yang lain					
6	Membeli gudeg yu djum karena harga sesuai dengan rasa					
7	Membeli gudeg yu djum karena sesuai dengan kemampuan finansial					
8	Membeli gudeg yu djum karena rekomendasi orang lain					
9	Anda akan melakukan pembelian ulang					
10	Anda akan merekomendasikan ke orang lain					

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Lampiran 4

Data Responden

Res	Kualitas Produk (X1)																
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	x1.6	x1.7	x1.8	x1.9	x1.10	x1.11	x1.12	x1.13	x1.14	x1.15	x1.16	x1
1	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	61
2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	67
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	67
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	69
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	70
6	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	69
7	3	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	61
8	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	64
9	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	66
10	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	75
11	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
12	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	69
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	66
14	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4	67
15	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	3	4	4	67
16	2	3	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	56
17	3	3	3	3	3	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	64
18	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	5	5	5	5	72
19	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	65
20	5	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	3	5	5	4	5	69
21	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	61
22	5	4	5	4	5	5	4	3	3	4	4	3	4	5	3	4	65
23	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	4	73
24	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	69
25	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	5	67
26	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	70
27	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	4	5	68
28	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	74
29	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	64
30	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	5	4	4	68
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	4	4	72
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	4	4	67
33	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	4	5	4	4	5	5	73
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	67
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	76
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	68
37	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	67
38	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	70

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	63
40	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	71
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	63
42	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	69
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	65
44	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	66
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	65
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	64
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	68
48	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	73
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	4	4	74
50	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	71
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	3	4	4	65
52	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	69
53	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	71
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	65
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	77
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	73
57	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	67
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	65
59	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	3	5	5	4	4	4	69
60	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	71
61	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	70
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	4	5	75
63	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	67
64	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	70
65	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66

keputusan pembelian (Y)

y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9	y10	Y
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	39
5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	41
3	3	4	4	4	4	4	5	4	3	38
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	36

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	43
5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	45
3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	34
5	4	4	3	5	4	5	4	4	4	42
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
4	5	5	5	4	4	4	3	5	5	44
5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	45
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
4	4	5	5	3	3	3	3	3	3	36
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	36
4	4	5	5	4	3	3	3	3	3	37
4	4	5	5	3	3	3	3	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	34
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45
5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	36
5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	43
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	46
4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	41
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	43
4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42
4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	44
4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	37
5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	47
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	39
4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	38
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	40

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

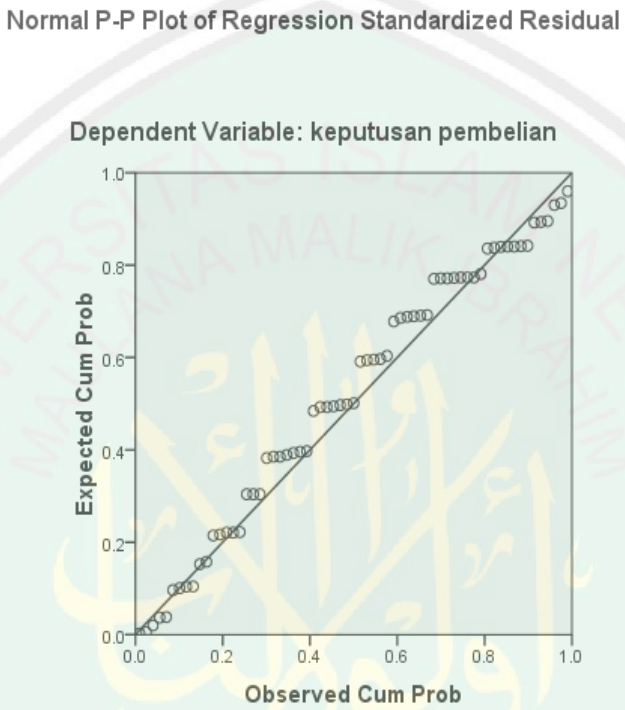
5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	43
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	45
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	46
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	33
5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	44
4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	43
5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	45
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

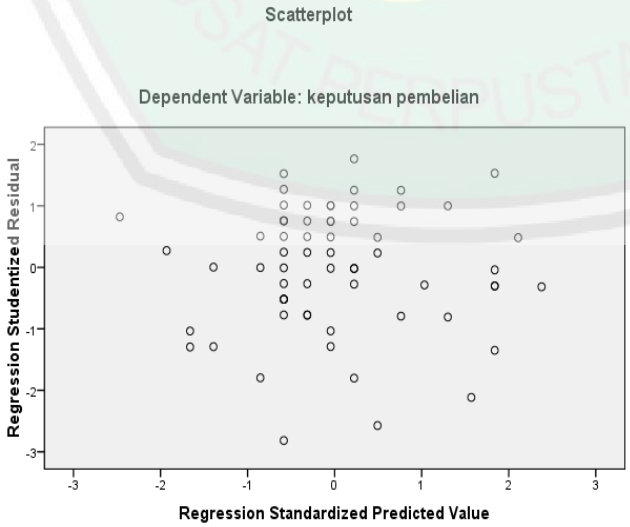
Lampiran 5

Uji Asumsi Klasik

Normalitas



Heteroskedastisitas



CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.602	5.228		.105	.000
	produk	.406	.133	.467	4.345	.001

a. Dependent Variable: keputusan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Lampiran 6

Uji Regresi Linier Sederhana

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.607[a]	.348	.316	3.95928

a. Predictors: (Constant), produk

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.172	1	.172	9.911	.000[a]
	Residual	987.582	63	15.676		
	Total	987.754	64			

a. Predictors: (Constant), produk

b. Dependent Variable: keputusan

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.602	5.228		.105	.000
	produk	.406	.133	.467	4.345	.001

a. Dependent Variable: keputusan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Lampiran 7

Foto Kegiatan



Foto saat pengambilan kuisioner Gudeg Yu Djum

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG



Foto Konsumen

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG





Produk Paket Gudeg Yu Djum

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Lampiran 8

BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Riski Choiril Adrianto

Tempat, tanggal lahir : Gunungkidul, 24 Juni 1996

Alamat Asal : Playen II, Playen, Playen, Gunungkidul, Yogyakarta

Telepon/Hp : 085850586031

E-mail : Riskiadrianto24@gmail.com

Facebook : Riski Choiril Adrianto

Pendidikan Formal

2004-2005 : TK ABA PLAYEN 11

2005-2010 : SD Negeri 2 Playen

2010-2012 : SMP Negeri 1 Playen

2012-2014 : SMA Negeri 2 Playen

2014-2018 : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non Formal

2014-2015 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab UIN Maliki Malang

2016 : English Language Center (ELC) UIN Maliki Malang

Pengalaman Organisasi

- Anggota Amanah 2014

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Aktivitas dan Pelatihan

- Peserta Future Management Training Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Tahun

2008

- Peserta Seminar Pengenalan Dunia Tulis Mabna Ummu Salamah UIN Maliki Malang

tahun 2008

- Peserta Pendidikan Dasar Koperasi X UIN Maliki Malang tahun 2009
- Peserta Seminar "Cara Gila Jadi Pengusaha" UIN Maliki Malang Tahun 2009
- Peserta Seminar Nasional "Leadpreneurship" UIN Maliki Malang tahun 2010
- Peserta Pelatihan SPSS di Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Tahun 2011
- Peserta Pelatihan dan Simulasi Pasar Modal Pojok Bursa BEI di UIN Maliki Malang

Tahun 2011

Malang, 12 Mei 2018

Riaki Choiril Adrianto

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

BUKTI KONSULTASI

Nama : Riski Choiril Adrianto

NIM/Jurusan : 14510014/ Manajemen

Pembimbing : Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag.

Judul Skripsi : **pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada gudeg yu djum cabang Jl wonosari-jogja km 7, gading ,playen ,gunungkidul, yogyakarta)**

No	Tanggal	Materi konsultasi	Pembimbing
1	26 Maret 2018	Pengajuan Outline	1
2	7 April 2018	Proposal	2
3	11 April 2018	Revisi & Acc Proposal	3
4	12 April 2018	Sempro	4
5	20 April 2018	Acc Proposal	5
6	15 Mei 2018	Skripsi Bab I-V	6
7	16 Mei 2018	Revisi & Acc Skripsi	7
8	17 Mei 2018	Acc Keseluruhan	8

Mengetahui:

Ketua Jurusan Manajemen,

Dr. Agus Sucipto, SE. MM

NIP. 19670816200312 1 001

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG