

**PENGARUH *FOOD QUALITY*, *SERVICE QUALITY* DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi pada Konsumen Rumah Makan Lamun Ombak Khatib Sulaiman di Kota
Padang)**



Oleh:

Muhajiroh

2110011211056

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna

memperoleh gelar Sarjana Manajemen

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BUNG HATTA

2025

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *FOOD QUALITY*, *SERVICE QUALITY* DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Rumah
Makan Lamun Ombak Khatib Sulaiman di Kota Padang)

Oleh:

Nama: Muhajiroh

NPM: 2110011211056

Tim Penguji

Ketua

(Zeshasina Rosha, S.E., M.Si)

Sekretaris

(Wiry Utami, S.E., M.Sc)

Anggota

(Mery Trianita, S.E., MM)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada tanggal 26 Agustus 2025

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta

Dekan



(Dr. Erni Febriani Harahap, S.E., M.Si)

JUDUL SKRIPSI

JUDUL SKRIPSI

**PENGARUH *FOOD QUALITY*, *SERVICE QUALITY* DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Rumah
Makan Lamun Ombak Khatib Sulaiman di Kota Padang)**

Oleh:

Nama: Muhajiroh

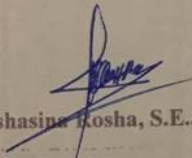
NPM: 2110011211036

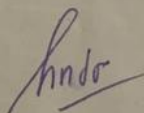
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada Tanggal 26 Agustus 2025

Menyetujui

Pembimbing

Ketua Program Studi


(Zeshasina Kosha, S.E., M.Si)


(Linda Wati, S.E., M.Si)

**PENGARUH *FOOD QUALITY*, *SERVICE QUALITY*, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi Pada Konsumen Rumah Makan Lamun Ombak Khatib Sualaiman di
kota Padang)**

Muhajiroh ; Zeshasina Rosha

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta

E-mail: mmuhajiroh7@gmail.com ; zeshasina.rosha@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *food quality*, *service quality* dan harga terhadap keputusan pembelian studi pada konsumen Rumah Makan Lamun ombak di Kota Padang. Sampel yang digunakan 120 responden. Teknik penarikan sampel adalah *purposive sampling*. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan program *Smart PLS*. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa *food quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, *service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Food Quality*, *Service Quality*, Harga, Keputusan Pembelian

***THE EFFECT OF FOOD QUALITY, SERVICE QUALITY, AND PRICE ON
PURCHASING DECISIONS***

**(Study on Customers of Lamun Ombak Khatib Sualaiman Restaurant in
Padang City)**

Muhajiroh ; Zeshasina Rosha

Management Study Program, Faculty of Economics and Business

Bung Hatta University

E-mail: mmuhajiroh7@gmail.com ; zeshasina.rosha@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of food quality, service quality, on purchasing decisions among consumers at Lamun Ombak Restaurant in Padang City. The sample used was 120 respondents. The sampling technique was purposive sampling. The data analysis method in this study used the Smart PLS program. The results of this study found that food quality had a positive effect on purchasing decisions, while service quality had a positive effect on purchasing decisions.

Keywords: Food Quality, Service Quality, Price, Purchasing Decision

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	2
ABSTRACT.....	3
KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	4
DAFTAR TABEL	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR GAMBAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.
BAB 1 PENDAHULUAN.....	7
1.1 latar Belakang	7
1.2 Perumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ...	Error! Bookmark not defined.
2.1 Kajian Literatur	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.1 Pengertian Keputusan pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.2 Pentingnya Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 <i>Food Quality</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.3 Faktor faktor yang mempengaruhi <i>Food quality</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 <i>Service Quality</i>.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.1 Pengertian <i>Service Quality</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.2 Pentingnya <i>Service Quality</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.3. Faktor faktor Yang Mempengaruhi <i>Service Quality</i> ..	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Harga	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.1 Pengertian Harga	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.2 Pentingnya Harga	Error! Bookmark not defined.

2.1.4.3 Faktor faktor Yang Mempengaruhi Harga ...	Error! Bookmark not defined.
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 <i>Food Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 <i>Service Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
Kerangka Konsopetual	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Objek, Populasi dan Sampel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Jenis Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.4 Definisi Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
3.4.2 <i>Food Quality</i>	Error! Bookmark not defined.
3.4.3 <i>Service Quality</i>	Error! Bookmark not defined.
3.4.4 Harga	Error! Bookmark not defined.
3.5 Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.1. <i>Measurement Model Assessment</i>	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Analisis Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.3 <i>R Square</i>	Error! Bookmark not defined.
3.5.4 <i>Structural Model Assessment</i>	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Hasil Analisis	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 <i>Response rate</i>	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Profil Responden	Error! Bookmark not defined.
4.1.3 <i>Measurement Model Assessment</i>	Error! Bookmark not defined.
4.1.4 <i>Convergent Validity</i>	Error! Bookmark not defined.
4.1.3.2 <i>Discriminant Validity</i>	Error! Bookmark not defined.
4.1.4 Analisis Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.4.1 Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
4.1.4.2 <i>Food Quality</i>	Error! Bookmark not defined.
4.1.4.3 <i>Service Quality</i>	Error! Bookmark not defined.
4.1.5 Analisis <i>R square</i>	Error! Bookmark not defined.
4.1.6 <i>Sturctural Model Assement</i>	Error! Bookmark not defined.

4.2 Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian...	Error! Bookmark not defined.
BAB V PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Implikasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
5.3 Keterbatasan dan Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan pelaku usaha rumah makan harus mampu menghadirkan nilai lebih agar tetap mampu menarik dan mempertahankan konsumen. Konsumen sekarang tidak hanya memperhatikan cita rasa makanan, namun juga pengalaman secara keseluruhan mulai dari penyajian, pelayanan yang di terima, hingga harga yang sesuai dengan kualitas yang di berikan. Seiring dengan kemajuan era globalisasi saat ini, dunia kuliner juga mengalami kemajuan yang pesat, banyak pihak melakukan inovasi dan trobosan terbaru pangan sehingga tercipta salah satu restoran yaitu rumah makan Lamun Ombak. Oleh karena itu, pemilik usaha kuliner perlu memahami dan memperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih tempat makan.

Rumah Makan Lamun Ombak merupakan salah satu destinasi kuliner yang populer di Kota Padang yang dikenal dengan hidangan khas Minangkabau, rumah makan ini menjadi destinasi kuliner favorit baik bagi warga lokal maupun wisatawan. Lokasinya yang strategis di pusat kota, serta rumah makan ini selalu ramai pengunjungnya. Meskipun rumah makan tersebut memiliki reputasi yang baik, persaingan dengan rumah makan lain dan munculnya berbagai pilihan kuliner baru agar dapat memahami faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan

konsumen untuk mempertahankan loyalitas konsumen dan meningkatkan jumlah pengunjung.

Dalam persaingan yang sangat ketat, kualitas makanan, kualitas pelayanan dan harga menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. *Food quality* mencakup rasa, tampilan, kesegaran dan kebersihan makanan, sedangkan *service quality* berkaitan dengan kecepatan menyelesaikan keluhan pelanggan. Dan harga adalah menjadi pertimbangan rasional bagi konsumen terutama dalam menilai apakah yang mereka dapatkan sebanding dengan uang yang mereka keluarkan. Harga memiliki peranan yang sangat penting bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, terdapat faktor-faktor harga yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian yaitu mengenal harga yang diharapkan dan menganalisis perbedaan pada penjualan. Hal tersebut menjadi bahan pertimbangan paling utama bagi konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Kualitas memiliki peranan yang sangat penting bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Dalam pelayanan terdapat faktor-faktor kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Menurut (Kotler dan Armstrong 2017:180), keputusan pembelian konsumen adalah tahap dimana konsumen juga mungkin membentuk niat untuk membeli produk yang paling disukai, dimana keputusan pembelian konsumen untuk memodifikasi. Sesuai dengan pernyataan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biasa saja (Assauri, 2014:223). Sedangkan menurut Potter dan Hotchkiss (1995:90-115) *food quality* adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen.

Tabel 1.1

**Jumlah Konsumen Rumah Makan Lamun Ombak
Tahun 2020-2024**

No	Tahun	Jumlah Konsumen
1	2020	145.240
2	2021	277.800
3	2022	516.900
4	2023	803.400
5	2024	916.200

Sumber: Lamun Ombak Katib Sulaiman di Kota Padang

Berdasarkan data konsumen diatas menunjukan bahwa konsumen pada tahun tahun 2020-2024 konsumen Rumah makan Lamun Ombak Khatib Sulaiman selalu mengalami peningkatan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa terdapat indikasi konsumen Rumah makan Lamun Ombak yang sangat puas.

Selanjutnya peneliti mendapatkan data kedua dengan melakukan survei awal kepada 30 orang konsumen yang melakukan pembelian di Rumah Makan Lamun Ombak

Tabel 1.2

**Data Hasil Servei Awal Keputusan Pembelian Konsumen Rumah Makan
Lamun Ombak Khatib Sulaiman**

No	Pernyataan	Jawaban					Skor Total	Rata- Rata
		STS	TS	N	S	SS		
1	Rumah Makan Lamun Ombak memberikan variasi produk yang beragam dan menarik minat pembeli	7	5	7	6	5	87	2,9
2	Penampilan dan rasa produk yang ditawarkan sesuai dengan selera konsumen	8	6	5	6	5	84	2,8
3	Merek Rumah Makan Lamun Ombak sudah terkenal dan diketahui oleh masyarakat luas	4	3	7	8	8	103	3,43
4	Lokasi rumah makan Lamun Ombak strategis dan mudah dijangkau	5	4	8	6	7	96	3,2
5	Konsumen dapat melakukan pembelian baik secara online maupun offline	5	4	6	7	8	99	3,3
6	Konsumen mendapatkan respon yang cepat apabila ada keluhan pertanyaan	6	7	6	5	6	88	2,9
7	Konsumen dapat membeli produk kapanpun sesuai jadwal yang telah ditetapkan	5	6	7	6	6	92	3,0
8	Konsumen melakukan pembelian dalam jumlah yang banyak karena harga yang ditawarkan terjangkau	9	6	7	5	3	77	2,5

9	Kualitas dan variasi produk, mendorong konsume membeli dalam jumlah yang banyak	5	7	9	5	4	86	2,8
Rata-Rata								2,86%
Tingkat Capaian Responden (TCR)								60%

Survei awal 2025

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa skor rata -rata jawaban responden adalah 2,86% dengan TCR sebesar 60%. Hal ini dapat diartikan bahwa keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Lamun Ombak di Kota Padang masih tergolong rendah (Arikunto, 2006). Jika dibandingkan dengan data yang ada jumlah pengunjung dari tahun 2020-2024 selalu mengalami peningkatan, sedangkan dari survei awal yang dilakukan keputusan pembelian konsumen masih tergolong rendah, untuk itu perlu dilakukan penelitian tentang keputusan pembelian ditinjau dari *food quality*, *service quality* dan harga.

Variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah *food quality* atau disebut juga kualitas makanan. Menurut Knight dan Kostchevar (2007) *food quality* merupakan suatu tingkatan dalam konsistensi kualitas menu yang dicapai dengan penetapan suatu standar produk dan kemudian mengecek poin-poin yang harus dikontrol untuk melihat kualitas yang ingin dicapai. Dapat diartikan bahwa *food quality* kontribusi terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Lamun Ombak di Kota Padang dan apabila kualitas makanannya baik maka konsumen sudah melakukan keputusan pembelian terhadap Rumah Makan Lamun Ombak di Kota Padang tersebut. Penelitian terdahulu juga telah membuktikan bahwa keputusan pembelian berpengaruh positif terhadap *food quality* (Fardiman & Ernawati, 2020).

Variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah *Service quality* atau kualitas pelayanan. *Service quality* atau kualitas pelayanan merupakan totalitas

fitur dan karakter suatu produk atau layanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat (Kotler dan Keller 2008). kualitas pelayanan adalah baik tidaknya kualitas jasa sangat tergantung pada kemampuan sipenyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten, Hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin baik kualitas *service quality* terhadap konsumen di Rumah Makan Lamun Ombak di Kota Padang maka semakin baik tingkat keputusan pembelian konsumen terhadap *service quality*, dan sebaliknya, semakin rendah *service quality* terhadap konsumen maka semakin rendah keputusan pembelian di Rumah Makan Lamun Ombak di kota Padang. Penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa *service quality* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. (Paramita & Wahyuni, 2019).

Salah satu variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga, Kotler dalam (Desy dan Rahmat, 2017) memaparkan harga ialah ukuran uang tunai yang dipakai pada barang, jasa atau ukuran nilai uang tunai yang dibeli untuk beberapa kegunaan sejak dibelinya barang atau jasa tersebut. Sedangkan menurut Kotler (Rachman, 2017) juga menjelaskan bahwa harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa, atau lebih jelasnya adalah jumlah dari semula dari semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan sebuah manfaat dengan memiliki atau menggunakan sebuah produk atau jasa, hal ini dapat diartikan bahwa apabila semakin relatif harga yang diberikan Rumah Makan Lamun Ombak maka akan dapat menyebabkan semakin tingginya keputusan pembelian terhadap rumah makan Lamun Ombak. Penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Gunarsih et al., 2021).

Selanjutnya, meskipun *food quality*, *service quality*, dan harga merupakan variabel -variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian, tetapi beberapa orang memberikan argumentasi bahwa keputusan pembelian adalah sebagai keinginan konsumen untuk membeli suatu produk Chapman dan Wahlers (1999).

Berpedoman kepada uraian sebelumnya, maka dapat dijelaskan bahwa keputusan pembelian mempengaruhi *food quality* dan selanjutnya keputusan pembelian dipengaruhi *service quality* dan selanjutnya keputusan pembelian dipengaruhi harga.

Penelitian ini melakukan modifikasi atas penelitian awal (Ananta & Hariasih, 2024) dimana dalam penelitian tersebut keputusan pembelian sebagai variabel terikat dan variabel bebasnya *food quality*, *service quality* dan *customer satisfaction*, penelitian ini mengganti variabel bebasnya *cutstomer satisfaction* menjadi harga, Cindy Magdalena Gunarsih, (2021) yang menemukan bahwa harga mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian dan fenomena yang ditemukan peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Food Quality*, *Service Quality* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *food quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Lamun Ombak Khatib Sulaiman di Kota Padang?
2. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Lamun Ombak Khatib Sulaiman di Kota Padang?

3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Lamun Ombak Khatib Sulaiman di Kota Padang?

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk membuktikan dan menganalisis:

1. Pengaruh *food quality* terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Lamun Ombak Khatib Sulaiman di Kota Padang.
2. Pengaruh *service quality* terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Lamun Ombak Khatib Sulaiman di Kota Padang.
3. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Lamun Ombak Khatib Sulaiman di Kota Padang.

1.3 Manfaat Penelitian

Secara umum, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Kedua manfaat tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian dimasa yang akan datang, khususnya terkait dengan pengaruh *food quality*, *service quality* dan harga terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat praktis

Bagi penulis penelitian ini menambah wawasan, sehingga dapat melakukan konparasi antara teori dan kenyataan, dan penelitian ini sebagai bahan masukan untuk menambah wawasan dan pengetahuan

