

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA ROYAL ATK I MALANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelara Sarjana Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Jurusan  
Manajemen Universitas Katolik Widya Karya Malang**



**DISUSUN OLEH**

**BENI TEKTUKO KASUSI**

**NIM : 201511050**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG FAKULTAS  
EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN**

**2019**

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Beni Tektuko Kasusi  
NIM : 201511050  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian  
Konsumen pada Royal ATK I Malang

Malang, 2 Juli 2019

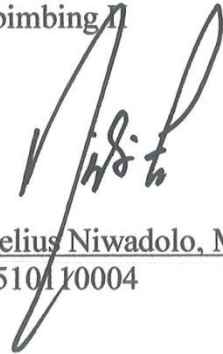
DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I



Dra. Anni Yudiastuti, M.P  
NIDN: 0701056401



Pembimbing II



Drs. Cornelius Niwadolo, M.M  
NIK: 195510110004

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Dra. M.A.F. Suprapti, M.M  
NIDN: 0706016401

Ketua Jurusan Manajemen


Dra. Anni Yudiastuti, M. P  
NIDN: 0701056401

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada  
Royal ATK I Malang

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Beni Tektuko Kasusi

NIM : 201511050

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang, pada tanggal 2 Juli 2019 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Strata Satu (S1).

**Disahkan oleh:**

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Widya Karya Malang



**Dr. Dra. M.A.F. Suprapti, M.M.**  
**NIDN: 0706016401**

### DEWAN PENGUJI

1. Dra. Anni Yudiastuti, M. P.  
NIDN: 0701056401
2. Drs. Cornelius Niwadolo, M.M.  
NIK: 198510110004
3. Drs. Petrus Megu, M.M.  
NIDN: 0728025501

### TANDA TANGAN

.....  
.....  
.....



Malang, 10 Juni 2019

Nomor : 001/HRD-RATK/VI/2019  
Lampiran : -  
Perihal : Balasan Observasi

Kepada  
Yth. Pembantu Dekan  
Fakultas ekonomi Jurusan Manajemen  
Jl. Bondowoso No. 2  
Malang - Jawa Timur

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat nomor 131/FE/Q/V/2019, mengenai permohonan ijin penelitian / observasi di perusahaan kami, maka kami menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Beni Tektuko Kasusi  
NIM : 201511050  
Progam Studi : S1 Manajemen

telah melaksanakan observasi penelitian yang dimulai 24 – 27 Mei 2019 dengan judul ***“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Royal ATK Malang”***.

Demikian surat pemberitahuan kami buat, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,  
CV. Royal Jaya

  
  
PUSAT RETAIL & GROSIR ALAT TULIS KANTOR DAN SEKOLAH  
MALANG

Rezqi Brillianti  
HRD Manager

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan Sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Royal ATK I Malang merupakan karya asli dari:

Nama : Beni Tektuko Kasusi  
NIM : 201511050  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Dan bukan karya plagiat sebagian maupun seluruhnya. Demikian surat ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, 2 Juli 2019



Beni Tektuko Kasusi

### DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I

Dra. Anni Yudiastuti, M. P  
NIDN: : 0701056401

Pembimbing II

Drs. Cornelius Niwadolo, M.M  
NIK: 198510110004

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Dra. M.A.F Suprapti, M.M  
NIDN: 0706016401

Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Anni Yudiastuti, M.P  
NIDN: 0701056401

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Beni Tektuko Kasusi  
Nim : 201511050  
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Alamat : Borong Manggarai Timur, Flores NTT  
Nama Orang Tua : Herman Dampur (Ayah)  
Maria D. Manukule (Ibu)

**Riwayat Pendidikan**

1. SDK Rana Loba Borong
2. SMPK St. Stanis Laus Borong
3. SMA Katolik Pancasila Borong
4. Universitas Katolik Widya Karya Malang



## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas berkat, rahmat dan bimbingan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA ROYAL ATK I MALANG” dengan tepat waktu. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen di Universitas Katolik Widya Karya Malang.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak mungkin terwujud tanpa dukungan, bimbingan dan kerja sama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Rm. Albertus Herwanta, O.carm., M.A selaku Rektor UNIKA Widya Karya Malang.
2. Dra. Anny Yudiastuti, M.P selaku Ketua Jurusan sekaligus dosen pembimbing 1 yang telah memberikan dorongan dan motivasi kepada penulis serta sabar dalam membimbing dan memberi petunjuk selama penulisan skripsi ini.
3. Drs. Cornelius Niwadolo, M.M selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan dorongan dan motivasi kepada penulis serta sabar dalam membimbing dan memberi petunjuk selama penulisan skripsi ini.
4. Dr. Dra. M.A.F. Suprapti, M.M selaku dekan Fakultas Ekonomi UNIKA Widya Karya Malang.
5. Drs. Petrus Megu, M.M selaku dosen penguji yang telah memberikan dorongan dan motivasi kepada penulis selama penulisan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen UNIKA Widya Karya Malang selaku pengajar selama penulis menempuh studi di Kampus UNIKA Widya Karya Malang.
7. Pimpinan Royal ATK I Malang yang telah memberi izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian di tempat ini.

# PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

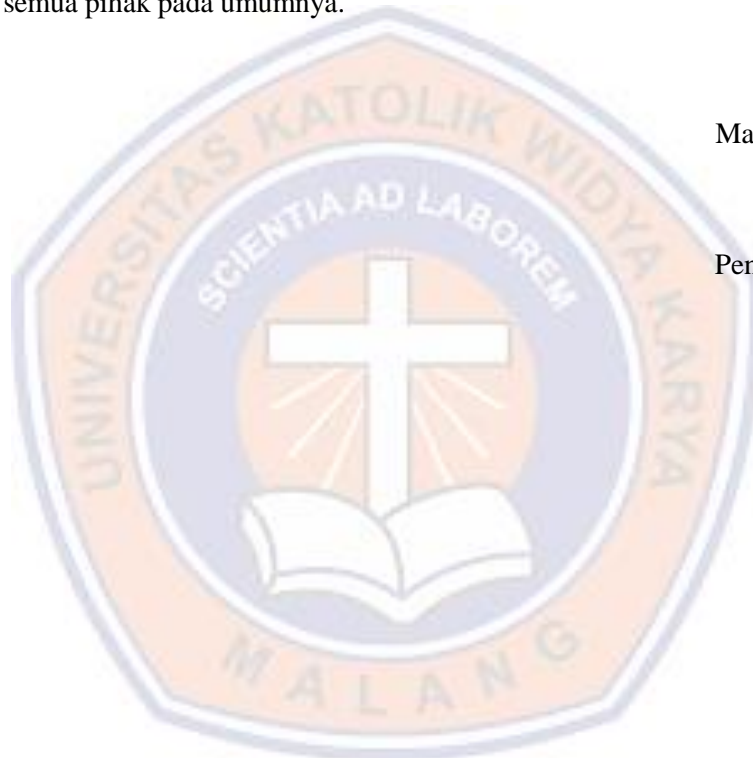
8. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2015 yang saling mendukung dan memberikan semangat.

Terima kasih dan semoga kebaikan mendapat pahala yang setimpal dari yang Maha Kuasa, amin. Kekurangan dan kelemahan adalah milik manusia kesempurnaan adalah milik Yang Maha Kuasa.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini terdapat kekurangan yang dilatarbelakangi oleh keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Maka dengan senang hati penulis akan menerima segala kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi semua pihak pada umumnya.

Malang, Juli 2019

Penulis





**HALAMAN PERSEMBAHAN**

***Skripsi ini saya persembahkan untuk :***

***Kedua Orang Tua Yang Tercinta***

***Bapak Herman Dampur & Ibu Maria D. Manukule***

***Kakak tersayang***

***Constantinus Cameron Iron, Fransiska M. Magdalena  
& Yohanes P.P.A Callas***

***Almater ku yang ku banggakan***

***Universitas Katolik Widya Karya Malang***



# PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

## MOTO

BELAJARLAH SELAGI KAMU BISA  
BERJUANGLAH SELAGI KAMU MAMPU !!



**DAFTAR ISI**

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan .....	ii
Lembaran Pengesahan .....	iii
Pernyataan Bebas Plagiat .....	iv
Daftar Riwayat Hidup .....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Moto .....	vii
Abstrak .....	viii
Kata Pengantar .....	ix
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan dan Manfaat .....	4
1. Tujuan Penelitian .....	4
2. Manfaat Penelitian .....	5

<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>6</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	6
B. Kajian Pustaka .....	7
1. Pengertian kualitas .....	7
2. Pengertian pelayanan .....	9
3. Pengertian kualitas pelayanan .....	10
4. Pengertian dimensi kualitas pelayanan .....	12
5. Pengertian keputusan pembelian.....	14
6. Pengertian konsumen.....	21
C. Kerangka Pikir.....	25
D. Hipotesis .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Ruang Lingkup Penelitian.....	26
C. Lokasi Penelitian.....	26
D. Populasi dan Sampel .....	26
E. Sumber Data dan Jenis Data.....	28
F. Teknik Pengumpulan Data .....	28
G. Definisi Operasional Variabel.....	29
H. Skala Pengukuran.....	31
I. Teknik Analisis Data.....	32
<b>BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA .....</b>	<b>39</b>

# PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

A. Gambaran Umum Perusahaan .....	39
1. Sejarah berdirinya perusahaan .....	39
2. Visi dan Misi Perusahaan .....	40
3. Kebijakan mutu perusahaan.....	40
4. Struktur organisasi perusahaan .....	41
B. Penyajian Data Penelitian .....	42
1. Deskripsi karakteristik Responden.....	42
2. Deskripsi Tanggapan Responden Mengenai Variabel.....	44
C. Analisis Data dan Interpretasi Data .....	55
1. Uji Instrumen .....	55
2. Uji Asumsi Klasik.....	57
3. Uji Regresi Berganda.....	60
4. Koefisien Determinan.....	62
5. Koefisien Korelasi.....	63
6. Uji Hipotesis.....	64
D. Pembahasan.....	68
E. Implikasi.....	71
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>74</b>
A. Simpulan .....	74
B. Saran.....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>.....</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>.....</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	6
Tabel 3.1 Definisi Operasional Varabel .....	28
Tabel 3.2 Skala Pengukuran .....	30
Tabel 4.1 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	41
Tabel 4.2 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
Tabel 4.3 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	42
Tabel 4.4 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung .....	42
Tabel 4.5 Bukti Fisik .....	43
Tabel 4.6 Keandalan .....	44
Tabel 4.7 Daya Tanggap .....	46
Tabel 4.8 Jaminan .....	47
Tabel 4.9 Empati .....	49
Tabel 4.10 Keputusan Pembelian .....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Validasi .....	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas .....	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas .....	57
Tabel 4.14 Hasil Uji Linear Berganda .....	58
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi .....	61
Tabel 4.16 Koefisien Korelasi .....	62
Tabel 4.17 Uji t .....	63
Tabel 4.18 Uji F .....	65

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Kerangka Pikir .....	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	41
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas .....	58
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	60



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA ROYAL ATK I MALANG

ABSTRAK

Persaingan yang semakin sengit dibidang usaha seperti sekarang ini, menuntut perusahaan untuk mampu bertahan hidup dan bahkan harus terus berkembang. Salah satu hal penting yang perlu dilakukan dan diperhitungkan oleh setiap perusahaan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumennya yang sangat berpengaruh pada keputusan pembelian oleh konsumen. Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Perusahaan Royal ATK merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang *stationarystoremodern* yang menyediakan kebutuhan masyarakat untuk alat tulis kantor dan sekolah serta perlengkapan lainnya. Dengan konsep menjadi *stationary store* yang lebih lengkap, lebih murah, lebih nyaman dan dituntut memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen yang didukung oleh sumber daya manusia yang berpengalaman dan profesional sehingga mampu memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui: 1). Signifikansi pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) empati (X5) baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Royal ATK Malang. 2). Dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Royal ATK Malang. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research*, sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder, teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil uji  $F_{hitung} > f_{tabel}$  dengan nilai  $f_{hitung} > (308,382) > f_{tabel}(2,37)$  dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari Bukti fisik (X1), Kehandalan (X2), Daya tanggap (X3), Jaminan (X4), Empati (X5) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Berdasarkan hasil uji t secara parsial memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai signifikan t sebesar 0,002, 0,000, 0,002, 0,004, 0,002 berturut-turut X1, X2, X3, X4, X5 dapat dinyatakan berpengaruh signifikan secara parsial karena nilai signifikansi t untuk semua variabel < dari 0,05. Nilai koefisien determinan ( $R^2$ ) yaitu sebesar 0,996 dengan persamaan regresinya yaitu  $Y = 0,175 + 0,215X_1 + 0,294X_2 + 0,185X_3 + 0,175X_4 + 0,204X_4 + 0,204X_5 + 0,620$ . Variabel bukti fisik (X1) merupakan variabel yang dominan terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dengan nilai beta terstandarisasi sebesar 0,246, paling besar dibandingkan dimensi kualitas pelayanan lainnya.

**Kata kunci** : Kualitas, Pelayanan, Kualitas pelayanan, dimensi kualitas pelayanan, keputusan pembelian, konsumen.



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Persaingan yang semakin sengit dibidang usaha seperti sekarang ini, menuntut perusahaan harus mampu bertahan hidup dan bahkan harus terus berkembang. Salah satu hal penting yang perlu dilakukan dan diperhitungkan oleh setiap perusahaan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumennya. Bukan tanpa alasan setiap perusahaan tidak dapat meningkatkan kemampuan dalam melayani para konsumennya. Karena pada dasarnya tujuan diadakannya suatu bisnis adalah untuk melayani dan memuaskan konsumen dan juga memenangkan persaingan yang bersifat global agar perusahaan tersebut mampu bertahan hidup lebih lama. Oleh karena itu, maka salah satu cara terbaik yang perlu dilakukan perusahaan dalam berbisnis adalah dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi kepada setiap pelanggannya.

Suatu perusahaan yang berfokus pada konsumen adalah suatu tuntutan dalam dunia ekonomi agar mampu bertahan ditengah situasi yang sulit dalam dunia usaha seperti, fluktuasi curam, perubahan demi perubahan, persaingan yang tinggi, dan semakin canggihnya kualitas hidup. Salah satu cara terbaik yang dilakukan perusahaan adalah dengan menciptakan kualitas pelayanan yang baik yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian suatu produk oleh konsumen.

## PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

Pengertian kualitas pelayanan menurut Tjiptono(2014 : 268) adalah kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan tidak hanya tentang pemenuhan kebutuhan konsumen tetapi juga tentang harapan konsumen atau pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian pada suatu produk. Dalam hal ini kita juga perlu memperhatikan dimensi pelayanan kepada pelanggan seperti dimensi bukti langsung/*tangibles* yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, serta sarana komunikasi, dimensi kehandalan/*reability* yang meliputi kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, dimensi daya tanggap/*responsiveness* yang meliputi kesediaan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat, dimensi jaminan/*assurance* yang meliputi sopan santun pada karyawan dan kemampuan mereka untuk membangkitkan rasa kepercayaan para konsumen dan dimensi empati/*empathy* yang meliputi rasa kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada konsumen.

Dari dimensi kualitas pelayanan diatas tentunya sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian suatu produk oleh konsumen. Keputusan pembelian konsumen menjadi suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan karena hal ini tentunya akan menjadi suatu bahan pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan untuk dapat berkembang. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangatlah

## PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

didukung melalui upaya membangun komunikasi kepada konsumen dengan memperkenalkan merek kepada konsumen dengan strategi pemasaran yang telah dirancang, serta melakukan inovasi untuk varians-variens baru pada suatu produk.

Schiffman dan Kanuk (2009 : 112) mengemukakan bahwa keputusan pembelian yaitu pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli bisa mengarah pada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh perilaku konsumen itu sendiri. Dalam proses pengambilan keputusan pembelian yang rumit seringkali melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan. Persaingan yang begitu ketat seperti sekarang ini membuat perusahaan-perusahaan harus mampu memainkan strategi pemasaran yang handal dan mampu menarik minat konsumen sehingga mampu memenangkan pasar. Produk yang memiliki kualitas yang baik dengan diferensiasi yang baik pula akan menjadi produk yang kemungkinan besar memiliki konsumen yang loyal. Dengan memahami bagaimana perilaku konsumen akan memberih sumbangsih bagi perusahaan untuk merumuskan strategi pemasaran yang nantinya akan diimplementasikan dalam memperkenalkan dan mempromosikan produk mereka ke pasar. Artinya ketika suatu produk hendak diproduksi, jauh sebelumnya telah diketahui apa yang akan menjadi keinginan dan kebutuhan pelanggan/konsumen. Oleh karena

itu, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada CV Royal ATK I Malang”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (X1), kehandalan (X2) daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Royal ATK I Malang ?
2. Dimensi kualitas pelayanan manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Royal ATK I Malang?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian :**

Adapun tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (X1), kehandalan, (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Royal ATK I Malang.
- b. Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Royal ATK I Malang.

## 2. Manfaat Penelitian:

### a. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini, peneliti dapat mengetahui seberapa besar pentingnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen.

### b. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini mampu meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan dalam keputusan pembelian konsumen.

### c. Bagi Universitas

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah referensi bagi generasi yang akan datang dan ingin mengambil jurusan manajemen pada bidang pemasaran.

