

---

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
CV. PURI LESTARI CATERING BANDUNG**

Adilah Oktafianti, Eeng Ahman, Masharyono

Program Studi Manajemen Industri Katering  
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial  
Universitas Pendidikan Indonesia

[adilahoktafianti@yahoo.com](mailto:adilahoktafianti@yahoo.com)

**ABSTRAK**

CV. Puri Lestari Catering merupakan perusahaan yang bergerak di jasa makanan / katering, yang didirikan pada tahun 2003. Sebagai Pengikut pasar (*follower*) Puri Lestari Catering berfokus pada cita rasa masakan dan kepuasan konsumen dalam menjalankan usahanya. Berdasarkan data profit terlihat bahwa *profit* Puri Lestari Catering mengalami fluktuatif selama kurun waktu 2010-2014. Secara keseluruhan jumlah *profit* dari tahun 2012-2014 terus mengalami penurunan. Hasil survey pra penelitian kepada 30 konsumen menyatakan bahwa 65% konsumen menyatakan tidak puas atas produk dan pelayanan yang di berikan CV. Puri Lestari Catering. Adapun upaya untuk mengatasi hal ini adalah meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui bagaimana kualitas produk, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian pada CV.Puri Lestari Catering Bandung. 2) Untuk mengetahui bagaimana kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada CV.Puri Lestari Catering Bandung. 3) Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada CV. Puri Lestari Catering. 4) Untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada CV.Puri Lestari Catering Bandung.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif, dengan data populasi dalam penelitian sebanyak 144 orang, dimana teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling* diperoleh jumlah sampel sebanyak 59 orang konsumen, dengan teknis analisis data regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk CV. Puri Lestari Catering Bandung dinilai cukup baik, kualitas pelayanan CV. Puri Lestari Catering Bandung cukup baik, keputusan pembelian CV. Puri Lestari Catering Bandung cukup baik, dan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan kategori kuat secara simultan dan parsial. Adapun saran penulis untuk perusahaan antara lain perusahaan mengupdate menu, memberikan pelayanan. Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

## PENDAHULUAN

Pariwisata di Indonesia pada saat ini sudah maju dan berkembang dengan baik. Perkembangan pariwisata saat ini berjalan dengan sangat pesat, sehingga menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat. Akhir-akhir ini banyak diperbincangkan tentang kepariwisataan yang setiap orang memiliki pandangan yang berbeda-beda ditinjau dari segi kenyataan dan keseluruhannya, dan pariwisata sangat berperan penting bagi negara untuk menaikkan Devisa Negara, itu terbukti selama tahun 2012-2014 mengalami kenaikan jumlah kunjungan yang cukup signifikan.

Perkembangan usaha jasa boga di Indonesia cukup signifikan hal ini seperti diungkapkan oleh Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri pada Kementerian Perdagangan RI, Srie Agustina menyatakan saat ini ada lebih dari 18.400 usaha kecil dan menengah yang terdata di Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri pada Kemendang RI. Dari Jumlah itu, 80 persennya merupakan unit usaha jasa boga yang terdiri udara produk makanan olahan dan produk makanan siap saji seperti restoran, rumah makan dan warung makan. Usaha siap saji berjumlah 70 persen dari total usaha jasa boga, sedangkan sisanya usaha produk makanan olahan (<http://www.pikiranrakyat.com/node/307909>)10/12/2014-13:36). Berdasarkan data APJI (Asosiasi Pengusaha Jasa Boga Indonesia) sejak didirikan pada 1987 silam, hingga kini APJI telah beranggotakan sekitar 30.000 pengusaha yang terdiri atas pengusaha catering, restoran, kafe dan penyedia jasa boga lainnya (<http://life.viva.co.id/news/read/.../rabu,10/12/2014-15-43> WIB).

Jawa Barat merupakan daerah yang mempunyai industri kuliner yang sangat besar itu terbukti berdasarkan hasil sensus ekonomi 2006 mengenai perusahaan makan dan minuman menurut klasifikasi usaha dan provinsi berjumlah 836 usaha yang terdiri dari 295 restoran / rumah makan, 346 warung makan, 17 bar, 96 kedai makanan, minuman dan penjual keliling, dan 82 jasa boga.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di atas, maka CV. Puri Lestari Catering melakukan perbaikan kualitas produk dan kualitas pelayanan. Pengertian kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2012, hlm.230) "*Product quality the characteristic of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied costomer needs*". Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Kemudian Menurut Wyckof (dalam Tjiptono, 2007, hlm.260) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut akan memenuhi keinginan pelanggan. Pemenuhan keinginan pelanggan pasti terdapat realita layanan yang diberikan oleh produsen. Jika layanan yang diberikan perusahaan lebih rendah dari harapan atau keinginan layanan oleh konsumen, maka konsumen akan menggunakan pelayanan lain di perusahaan yang sejenis. Kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan kebutuhan maupun keinginan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian.

Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen, hal ini sesuai dengan hasil penelitian Fathurraiza Usman (2014, No. 05) menjelaskan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Starbucks Coffe Wisma Metropolitan 1 (WMB) Jakarta. Kualitas merupakan senjata perusahaan agar dapat memenangkan

persaingan, namun hampir semua perusahaan berlomba-lomba meningkatkan layanan agar dapat memenuhi harapan para pelanggan.

Salah satu tujuan dari pelaksanaan kualitas produk dan kualitas pelayanan adalah untuk mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihannya untuk menggunakan produk buaatannya sehingga memudahkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Pemahaman perilaku konsumen tentang kualitas produk dapat dijadikan dasar terhadap proses keputusan pembelian konsumen (Sutisna, 2003, hlm.26). Yim, Anderson dan Swaminathan (2005: 267) dengan judul penelitian "Customer relationship management: its dimensions and effect on customer outcomes", menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut maka perbaikan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan diharapkan konsumen mendapatkan yang terbaik, berdsarkan latar belakang yang penulis uraikan , maka penulis tertarik untuk penelitian dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Puri Lestari Catering Bandung”**.

## **TUJUAN PENELITIAN**

## **METODE PENELITIAN**

penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian *deskriptif* dan verivikatif. Sugiyono (2014, hlm. 29) menyebutkan bahwa statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau member gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan dan berlaku untuk umum.

### **Teknis Analisis Data**

Dalam sebuah penelitian, data merupakan suatu ha yang sangat penting. Data merupakan satu gambaran dari suatu variabel yang diteliti, yang berfungsi untuk membentuk sebuah hipotesis penelitian. Sehingga benar atau tidaknya data akan sangat menentukan mutu dari sebuah penelitian.

### **Analisis Deskriptif**

Penelitian ini menggunakan jenis atau alat bentuk penelitian deskriptif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan apa yang dilakukan oleh CV. Puri Lestari Catering berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data. Data tersebut kemudian dianalisis untuk memperoleh suatu kesimpulan. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana masing-masing variabel penelitian.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian deskriptif adalah sebagai berikut:

- a. Setiap indikator yang dinilai oleh responden, diklasifikasikan dalam lima alternatif jawaban dengan menggunakan skala ordinal yang menggambarkan peringkat jawaban.
- b. Dihitung total skor setiap variabel/subvariabel = jumlah skor dari seluruh indikator variabel untuk semua responden.
- c. Dihitung skor setiap variabel/subvariabel = rata-rata dari total skor.

- d. Untuk mendeskripsikan jawaban responden, juga digunakan statistic deskriptif seperti distribusi frekuensi dan tampilan dalam bentuk tabel ataupun grafik.
- e. Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian ini, digunakan rentang kriteria sebagai berikut:

$$\text{Skor Total} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Akor Ideal}} \times 100\%$$

(Sumber : Umi Narimawati, 2010, hlm.45)

### **Analisis Verifikatif**

Analisis verifikatif dalam penelitian ini dengan menggunakan alat uji statistik yaitu analisis regresi linier berganda. Teknik analisis statistik yang digunakan untuk menjawab adakah pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada CV.Puri Lestari Catering Bandung menggunakan analisis regresi linier berganda.

#### **1. Asumsi Klasik Analisis Regresi Linier Berganda**

Untuk efektifitas penggunaan analisis regresi linier berganda diperlukan beberapa asumsi klasik sebagai berikut:

- a. Uji Normalitas
- b. Autokorelasi
- c. Uji Multikolinearitas
- d. Uji Heterokedastisitas

#### **2. Model Analisis Regresi Linier Berganda**

Menurut Sugiyono (2014, hlm.149) analisis linier regresi digunakan untuk melakukan prediksi bagaimana perubahan nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikan/diturunkan. Hubungan antara dua variabel ini digambarkan dengan sebuah model matematik yang disebut model regresi yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

#### **3. Analisis Koefisien Korelasi**

Untuk menunjukkan tingkat keeratan suatu variabel, derajat atau kekuatan korelasi antara variabel-variabel, digunakan analisis korelasi dengan rumus :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum XY) \left( n \sum X^2 (n \sum Y)^2 \right)}}$$

Menurut Supranto (2010, hlm. 152) nilai koefisien korelasi ini paling sedikit -1 dan paling besar 1, jadi jika r = koefisien korelasi maka nilai r dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$-1 \leq r \leq 1$$

#### **4. Analisis Koefisien Determinasi**

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel yang satu terhadap variabel lainnya digunakan analisis koefisien determinasi. Koefisien determinasi

diperoleh dari koefisien regresi dipangkatkan dua dan nilainya dinyatakan dalam persen (%). Rumusnya adalah :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

#### 5. Pengujian Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel bebas atau independent terhadap variabel tidak bebas atau dependen.

### PEMBAHASAN

Dari pengolahan data, diperoleh skor dari dimensi variabel kualitas produk yang terdiri dari kinerja (*performance*), keistimewaan tambahan (*features*), keandalan (*reability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), dan daya tahan (*durability*). Untuk mengetahui skor yang paling tinggi dan paling rendah dari sub dimensi tersebut, dilakukan rekapitulasi tanggapan-tanggapan responden mengenai kualitas produk CV. Puri Lestasi Catering Bandung sebagai berikut:

#### Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk

No	Dimensi	Total Skor	Total Pernyataan	Rata-rata Skor	% Skor
1	Kinerja ( <i>performance</i> )	624	3	208	20.9%
2	Keistimewaan tambahan ( <i>features</i> )	573	3	191	19.2%
3	Keandalan ( <i>reability</i> )	385	2	193	19.4%
4	Kesesuaian dengan spesifikasi ( <i>conformance to specification</i> )	563	3	188	18.9%
5	Daya tahan ( <i>durability</i> )	214	1	214	21.5%
	Total	2359	12	994	100

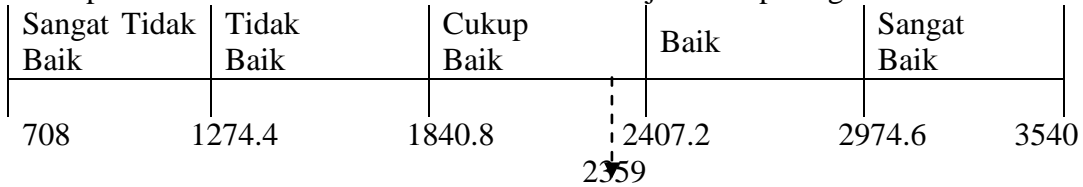
Berdasarkan rekapitulasi tanggapan responden terhadap kualitas produk. Kualitas produk yang terdiri dari 5 dimensi memiliki skor yang berbeda tipis. Dimensi yang memiliki penilaian paling tinggi adalah daya tahan (*durability*) dengan rata-rata skor 214 atau 21.5%. Penilaian skor terendah terdapat pada dimensi kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*) dengan rata-rata skor 188 atau 18.9%.

Untuk mengetahui seberapa baik kualitas produk CV. Puri Lestari Catering Bandung, digunakan kriteria perhitungan berdasarkan garis kontinum dengan cara sebagai berikut:

- Mencari nilai indeks minimum (terendah) = skor terendah x jumlah pernyataan x jumlah responden (1 x 12 x 59 = 708)
- Mencari nilai indeks maksimum (tertinggi) = skor tertinggi x jumlah pernyataan x jumlah responden (5 x 12 x 59 = 3540)

c. Jarak interval = (skor tertinggi - skor terendah) : jumlah kelas interval (3540 - 708) : 5 = 566,4

Berdasarkan rekapitulasi tanggapan responden mengenai kualitas produk memperoleh total skor 2359. Secara kontinum dijelaskan pada gambar berikut:



### **Garis Kontinum Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk**

Berdasarkan gambar dproduksi atas, dapat disimpulkan menurut hasil pengumpulan data secara keseluruhan mengenai kualitas produk CV. Puri Lestasi Catering Bandung sebesar 2359, maka dengan demikian kualitas produk CV. Puri Lestasi Catering Bandung berada pada posisi cukup baik. Menurut Kotler dan Keller (2012, hlm.230), *product quality* "the characteristic of a product or sevice that bear on its ability to satisfy stated or implied costomer needs". Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Penilaian tambahan menggunakan ukuran kinerja (*performance*), keistimewaan tambahan (*Features*), keandalan (*reability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to specification*) dan daya Tahan (*durability*).

### **Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan**

Dari pengolahan data, diperoleh skor dari dimensi variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan (*Reliability*), cepat tanggap (*Responsivenes*), jaminan (*Assurance*), kemudahan (*Emphaty*) dan bukti fisik (*Tangible*). Untuk mengetahui skor yang paling tinggi dan paling rendah dari sub dimensi tersebut, dilakukan rekapitulasi tanggapan-tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan CV. Puri Lestasi Catering Bandung sebagai berikut:

### **Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas pelayanan**

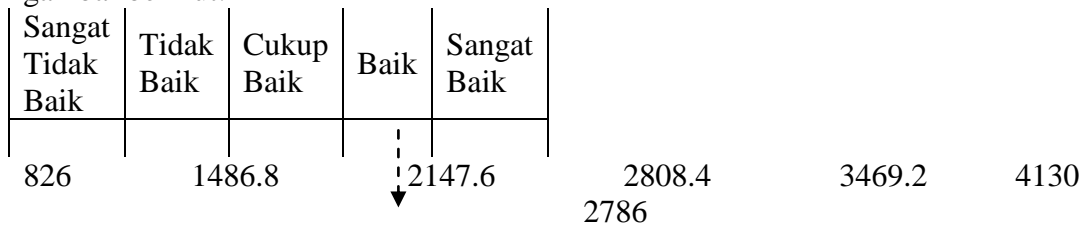
No	Dimensi	Total Skor	Total Pernyataan	Rata-rata Skor	% Skor
1	Keandalan ( <i>Reliability</i> )	582	3	194	19.5%
2	Cepat Tanggap ( <i>Responsivenes</i> )	417	2	209	21.0%
3	Jaminan ( <i>Assurance</i> )	380	2	190	19.1%
4	Kemudahan ( <i>Emphaty</i> )	601	3	200	20.1%
5	Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )	806	4	202	20.3%
	Total	2786	14	995	100

Berdasarkan rekapitulasi tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi memiliki skor yang berbeda tipis. Dimensi yang memiliki penilaian paling tinggi adalah cepat tanggap (*responsiveness*) dengan rata-rata skor 209 atau 21.0%. Penilaian skor terendah terdapat pada dimensi keandalan (*reliability*) dengan rata-rata skor 194 atau 19.5%.

Untuk mengetahui seberapa baik kualitas pelayanan CV. Puri Lestari Catering Bandung, digunakan kriteria perhitungan berdasarkan garis kontinum dengan cara sebagai berikut:

- Mencari nilai indeks minimum (terendah) = skor terendah x jumlah pernyataan x jumlah responden ( $1 \times 14 \times 59 = 826$ )
- Mencari nilai indeks maksimum (tertinggi) = skor tertinggi x jumlah pernyataan x jumlah responden ( $5 \times 14 \times 59 = 4130$ )
- Jarak interval = (skor tertinggi - skor terendah) : jumlah kelas interval ( $(4130 - 826) : 5 = 660,8$ )

Berdasarkan rekapitulasi tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan pada Tabel 4.18 memperoleh total skor 2786. Secara kontinum dijelaskan pada gambar berikut:



### Garis Kontinum Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

Berdasarkan gambar di atas, dapat disimpulkan menurut hasil pengumpulan data secara keseluruhan mengenai kualitas pelayanan CV. Puri Lestasi Catering Bandung sebesar 2786, maka dengan demikian kualitas pelayanan CV. Puri Lestasi Catering Bandung berada pada posisi cukup baik. Menurut Gronroos dalam Lovelock et al (2011, hlm. 154), kualitas yang dirasakan dari pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. Penilaian kualitas pelayanan menggunakan ukuran keandalan (*Reliability*), cepat tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), kemudahan (*Emphaty*) dan bukti fisik (*Tangible*).

### Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian

Dari pengolahan data, diperoleh skor dari dimensi variabel keputusan pembelian yang terdiri dari pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian dan jumlah pembelian. Untuk mengetahui skor yang paling tinggi dan paling rendah dari sub dimensi tersebut, dilakukan rekapitulasi tanggapan-tanggapan responden mengenai keputusan pembelian CV. Puri Lestasi Catering Bandung pada Tabel 4.23 sebagai berikut:

### Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian

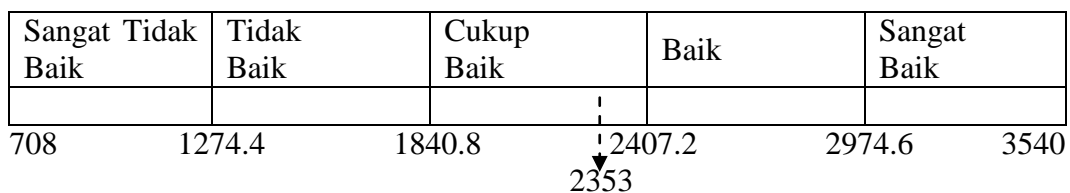
No	Dimensi	Total Skor	Total Pernyataan	Rata-rata Skor	% Skor
1	Pilihan Produk	543	3	181	18.4%
2	Pilihan Merek	606	3	202	20.5%
3	Pilihan Penyalur	436	2	218	22.1%
4	Waktu Pembelian	392	2	196	19.9%
5	Jumlah Pembelian	376	2	188	19.1%
	Total	2353	12	985	100

Berdasarkan rekapitulasi tanggapan responden terhadap keputusan pembelian. Keputusan pembelian yang terdiri dari 5 dimensi memiliki skor yang berbeda tipis. Dimensi yang memiliki penilaian paling tinggi adalah pilihan penyalur dengan rata-rata skor 218 atau 22.1%. Penilaian skor terendah terdapat pada dimensi pilihan produk dengan rata-rata skor 181 atau 18.4%.

Untuk mengetahui seberapa baik keputusan pembelian CV. Puri Lestari Catering Bandung, digunakan kriteria perhitungan berdasarkan garis kontinum dengan cara sebagai berikut:

- Mencari nilai indeks minimum (terendah) = skor terendah x jumlah pernyataan x jumlah responden ( $1 \times 12 \times 59 = 708$ )
- Mencari nilai indeks maksimum (tertinggi) = skor tertinggi x jumlah pernyataan x jumlah responden ( $5 \times 12 \times 59 = 3540$ )
- Jarak interval = (skor tertinggi - skor terendah) : jumlah kelas interval ( $(3540 - 708) : 5 = 566,4$ )

Berdasarkan rekapitulasi tanggapan responden mengenai keputusan pembelian pada Tabel 4.23 memperoleh total skor 2353. Secara kontinum dijelaskan pada gambar berikut:



### Garis Kontinum Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan gambar di atas, dapat disimpulkan menurut hasil pengumpulan data secara keseluruhan mengenai keputusan pembelian CV. Puri Lestari Catering Bandung sebesar 2353, maka dengan demikian keputusan pembelian CV. Puri Lestari Catering Bandung berada pada posisi cukup baik. Menurut Mulyadi Nitisusastro (2012, hlm. 190), keputusan konsumen membeli termasuk dalam kategori pertimbangan ini adalah pembelian karena hobi, keputusan pembeli suatu barang atau jasa yang berbeda dari apa yang dimiliki oleh kebanyakan orang.



Penilaian tambahan menggunakan ukuran pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian dan jumlah pembelian.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan penulis dalam penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk CV. Puri Lestari Catering Bandung di nilai cukup baik,. Adapun dari lima dimensi yang dijelaskan, dimensi daya tahan (*durability*) mempunyai nilai paling tinggi, sedangkan yang mempunyai nilai paling rendah adalah dimensi kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*). Kualitas pelayanan CV. Puri Lestari Catering Bandung cukup baik, hal tersebut telah dibuktikan melalui pengolahan data dari kualitas pelayanan. Adapun dari lima dimensi yang dijelaskan, dimensi cepat tanggap (*responsiveness*) mempunyai nilai paling tinggi, sedangkan yang mempunyai nilai paling rendah adalah dimensi keandalan (*reliability*). Keputusan pembelian CV. Puri Lestari Catering Bandung cukup baik, hal tersebut telah dibuktikan melalui pengolahan data dari keputusan pembelian. Adapun dari lima dimensi yang dijelaskan, dimensi pilihan penyalur mempunyai nilai paling tinggi, sedangkan yang mempunyai nilai paling rendah adalah dimensi pilihan produk.
2. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan kategori kuat. Berdasarkan hasil temuan, penulis memperkuat teori dari Sutisna (2003, hlm.26) bahwa pemahaman perilaku konsumen tentang kualitas produk dapat dijadikan dasar terhadap proses keputusan pembelian konsumen. Salah satu tujuan dari pelaksanaan kualitas produk adalah untuk mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihannya untuk menggunakan produk buaatannya sehingga memudahkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan kategori kuat. Berdasarkan hasil temuan, penulis juga memperkuat teori dari Tjiptono (2007, hlm.260) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut akan memenuhi keinginan pelanggan. Pemenuhan keinginan pelanggan pasti terdapat realita layanan yang diberikan oleh produsen. Jika layanan yang diberikan perusahaan lebih rendah dari harapan atau keinginan layanan oleh konsumen, maka konsumen akan menggunakan pelayanan lain di perusahaan yang sejenis. Kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan kebutuhan maupun keinginan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian
4. Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan kategori kuat. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Yim, Anderson dan Swaminathan (2005, hlm.267) dengan judul penelitian "*Customer relationship management: its dimensions and effect on customer outcomes*", menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. Tantri, Francis. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Pesada.
- Alma, Buchari, (2011). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung :Alfabeta.
- Anderson dan Swaminathan, (2005), *Joernal of Personal Selling & Sales Managemen. Drexel University, Philadelphia, PA-drexel.edu*.
- Arikunto, Suharsimi. (2009). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bartono. (2010). *Analisis Food Product Study Food Cost dan Pedoman Training*. Yogyakarta: Andi.
- Davis, Bernard. Lockwood, Andrew. Et all. (2008). *Food Beverage Management Fourth Edition. Butterworth-Heinemann is an imprint of Elsevier*.
- Fadiati, Ari. (2011). *Mengelola Usaha Jasa Boga Yang Sukses*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fahmi, Irham (2014). *Manajemen Strategis*. Bandung: ALFABETA
- Hurriyati, (2010), *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Grasindo.
- Kotler, Philip, Armstrong, Gary. (2012). *Principles of Marketing 14e*. Pearson Education.
- Kotler, P dan Keller, Lane K. (2009). *Manajemen Pemasaran jilid 1 edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Keller, Lane K. (2009). *Manajemen Pemasaran jilid 2 edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Keller, Lane K. (2013). *Marketing Pemasaran jilid 2 edisi 14e, Eangland: Horison edotion. Pearsons Education*.
- Lovelock, Christopher., Wirtz, Jochen., Mussry, Jacky. (2011). *Pemasaran Jasa (manusia, teknologi, strategi) jilid 1 edisi ketujuh*. Jakarta: Erlangga.
- Marsum, WA. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi.
- Nitisusastro. Mulyadi (2012) *Perilaku Konsumen*. Bandung: ALFABETA
- Pitana, I Gede (2009) *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Ratnasari, Tri, Riri, dan H. Aksa. Mastuti. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sangadji. Mamang (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi
- Sugiono, (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: ALFABETA
- Sugiono, (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiono, (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiono, (2012). *STATISTIKA untuk Penelitian Pendidikan*. Bandung: ALFABETA.
- Tjiptono. Fandi (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandi (2012). *Service Managemen, Mewujudkan pelayanan Prima*. Yogyakarta: Andi
- Ulber, Silalahi. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung PT. Refika Aditama

- Umar, Husein. (2009). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (edisi kesatu). Jakarta: Rajawali Pers.
- Utama,Rai,Bagus,I Gusti dan Mahadewi,Eka,Ni Made. (2012). *Metodologi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan*. Jakarta: Andi Publisher.
- Wijaya,Tony. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sumber lain:**
- Berita Resmi Statistik BPS No. 03/01/Th.XVIII,2 Januari 2015 (online). Tersedia: [http://www.bps.go.id/website/brs\\_ind/brsInd-20150130161552.pdf](http://www.bps.go.id/website/brs_ind/brsInd-20150130161552.pdf))
- HANDRI HANDIANSYAH/"PRLM"/diunggah tgl Senin, 9 Mar 2015/ 07:12:20 PM) [Online]. Tersedia: <http://www.pikiran-rakyat.com/node/307909/> Rabu, 10/12/2014 – 13-36.
- Irfan Laskito, tasya Paramitha/Rabu, 10 Desember 2014 | 15:43 WIB/12 Mar 2015/17:08) [Online]. Tersedia: (<http://life.viva.co.id/news/read/567194-apji-bertekad-jadikan-kuliner-indonesia-tuan-rumah-di-negeri-sendiri/> ( rabu, 10/12/2014- 15-43 WIB.
- Alimin, Nurman , (2014), *Upaya Peningkatkan Kepuasan Konsumen Melalui Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan di Katering Sarafi, Skripsi Pada FPIPS UPI Bandung*: tidak di terbitkan.
- Jaksa, Rizzky Maryadi, (2012), *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Sunda Di Kota Bandung Pada FPIPS Bandung*: tidak di terbitkan.