

SKRIPSI

**PENGARUH PELAYANAN, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi Pada Kerajinan Genting Super Klagen Karanggeneng Lamongan)**



Diajukan oleh:

Musafak Khoiri

NIM : 2024020027R

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GRESIK
GRESIK
2025**

SKRIPSI
PENGARUH PELAYANAN, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi Pada Kerajinan Genteng Super Klagen Karanggeneng Lamongan)

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Gresik



Diajukan oleh
Musafak Khoiri
NIM : 2024020027R

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GRESIK
GRESIK
2025

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH PELAYANAN, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Pada Kerajinan Genteng Super Klagen Karanggeneng Lamongan)

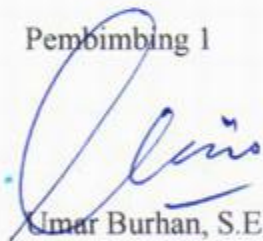
SKRIPSI

Diajukan oleh
MUSAFAK KHOIRI
NIM : 2024020027R

Skripsi telah disetujui untuk diujikan
Pada Tanggal 7 Juli 2025

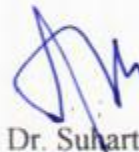
Oleh:

Pembimbing 1



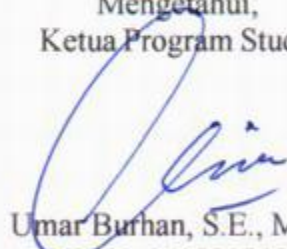
Umar Burhan, S.E., M.M.
NIDN. 0718058006

Gresik,
Pembimbing 2



Dr. Suharto, MM.
NIDN. 8907170023

Mengetahui,
Ketua Program Studi,



Umar Burhan, S.E., M.M.
NIDN. 0718058006

LEMBAR PENGESAHAN

Judul skripsi : Pengaruh Pelayanan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap
Keputusan Pembelian Konsumen
(Studi Pada Kerajinan Genting Super Klagen Karanggeneng
Lamongan)
Nama mahasiswa : Musafak Khoiri
NIM : 2024020027R
Telah dipertahankan / diuji dihadapan Tim Penguji
Pada Tanggal : 7 Juli 2025

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GRESIK
TA 2024/2025
TIM PENGUJI :

1. Rachmad Ilham, S.Ant. M.PSDM
NIDN. 0723079203
Ketua

1.....

2. Dr. Suharto, MM.
NIDN. 8907170023
Anggota

2.....

3. Umar Burhan, SE, MM
NIDN. 0718058006
Sekreatris (Pembimbing)

3.....

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Rachmad Ilham, S.Ant. M.PSDM.,HC
NIDN. 0723079203

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Musafak Khoiri
Tempat/Tanggal lahir : Lamongan / 6 Maret 1977
NIM : 2024020027R
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen jenjang : Strata 1 (S-1)

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul :

PENGARUH PELAYANAN, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Pada Kerajinan Genting Super
Klagen Karanggeneng Lamongan)

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh **DIBATALKAN**, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa paksaan dan tekanan dari pihak manapun.

Gresik, 18 Juli 2025

Yang Menyatakan



MUSAFAK KHOIRI

NIM. 2024020027R

**PENGARUH PELAYANAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi Pada Kerajinan Genteng Super Klagen Karanggeneng Lamongan)**

Musafak Khoiri

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik

ABSTRAK

Lingkungan bisnis yang semakin kompetitif menuntut para pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas strategi pemasaran guna memenangkan persaingan, termasuk dalam industri kerajinan genteng. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial dan simultan antara kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kerajinan Genteng Super Klagen di Karanggeneng, Lamongan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 60 responden konsumen, dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda, uji t, uji F, serta uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai signifikansi masing-masing 0,000 dan 0,001 ($< 0,05$). Sementara itu, variabel harga (X_2) tidak berpengaruh secara signifikan secara parsial, dengan nilai signifikansi 0,083 ($> 0,05$). Uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai F hitung sebesar 64,585 $>$ F tabel 2,77 dan signifikansi 0,000.

Kesimpulannya, kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian, sedangkan harga memiliki pengaruh yang kurang signifikan secara parsial. Namun, ketiganya bersama-sama tetap berpengaruh signifikan.

Kata Kunci: Pelayanan, Harga, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF SERVICE, PRICE, AND PRODUCT QUALITY ON
CONSUMER PURCHASE DECISIONS**
(A Study at Genting Super Klagen Craft Industry, Karanggeneng, Lamongan)

Musafak Khoiri
Management Study Program, Faculty Of Economics, Gresik University

ABSTRACT

The increasingly competitive business environment requires entrepreneurs to improve the quality of their marketing strategies to win the market, including in the handcrafted roof tile industry. This research aims to analyze the partial and simultaneous influence of service quality, price, and product quality on consumer purchasing decisions at Genting Super Klagen Craft, Karanggeneng, Lamongan. This study uses a quantitative method with a descriptive approach. Data were gathered through questionnaires distributed to 60 consumers, and analyzed using multiple linear regression, t-test, F-test, and the coefficient of determination (R^2). The t-test results show that the service variable (X1) and product quality variable (X3) significantly affect purchasing decisions, with significance values of 0.000 and 0.001 respectively (< 0.05). Meanwhile, the price variable (X2) does not have a significant partial effect, with a significance value of 0.083 (> 0.05). The F-test results indicate that service, price, and product quality together significantly influence purchasing decisions, shown by an F-calculated value of 64.585, which is greater than the F-table value of 2.77, with a Sig. value of 0.000. In conclusion, service quality and product quality are the primary factors influencing consumer decisions, while price has a less significant individual impact. Nonetheless, all three variables together have a meaningful combined effect.

Keywords: *Service, Price, Product Quality, and Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami haturkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH PELAYANAN, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Pada Kerajinan Genting Super Klagen Karanggeneng Lamongan)” untuk memenuhi persyaratan akhir agar dapat menyelesaikan program sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas gresik.

Pada kesempatan ini untuk menunjukkan rasa terima kasih kepada semua orang yang membantu dan memberi dorongan, serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. karena tanpa bimbingan dari berbagai pihak, tugas ini tidak dapat terselesaikan tepat waktu dengan baik dan benar. Pada kesempatan yang baik ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Dr. dr. Riski Dwi Prameswari, M.Kes. selaku Rektor Universitas Gresik yang telah menyediakan fasilitas kepada Kami untuk mengikuti pendidikan di Program Studi S1 Manajemen.
2. Bapak Rachmad Ilham, S.Ant., M.PSDM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Univeritas Gresik
3. Bapak Umar Burhan, S.E.,M.M selaku Kaprodi Manajemen Universitas Gresik dan sekaligus Dosen Pembimbing I yang selalu memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Suharto, MM Selaku Pembantu Rektor I Universitas Gresik dan sekaligus Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan bimbingan dan arahan kepada saya selama penyusunan skripsi ini.
5. Para dosen dan staff Program Studi Manajemen Universitas Gresik

6. Bapak Kepala Sub Bagian Tata Usaha dan teman sejawat di Sekretariat Jenderal Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lamongan yang selalu mensupport dan membantu tugas dan pekerjaan selama perkuliahan.
7. Bapak Subur selaku pemilik Kerajinan Genteng Super Klagen Karanggeneng Lamongan, yang berkenan memberikan izin penelitian pada saya Orang tua dan isteri tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan.
8. Semua pihak, baik langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan disini atas bantuan dan perhatiannya selama penyusunan skripsi ini.

Semoga yang sudah memberikan bantuan dan dukungan diatas bisa menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapatkan balasan dari Allah SWT dan skripsi ini bisa menjadi tambahan wawasan bagi pembaca atau pihak lain yang membutuhkan.

Gresik,

MUSAFAK KHOIRI
NIM. 2024020027R

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat	8
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.5.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pelayanan	9
2.1.2 Harga.....	9
2.1.3 Kualitas Produk	14
2.1.4 Keputusan Pembelian Konsumen.....	17
2.1.5 Hubungan Antara Variabel Independen Terhadap Dependen	20

2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Konseptual	24
2.4 Hipotesis	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	27
3.2 Definisi Operasional Variabel	27
3.2.1 Variabel Bebas atau Independen Variabel	28
3.2.2 Variabel Terikat atau Dependen Variabel	29
3.3 Populasi Sampel dan Tehnik Pengambilan Sampel	30
3.3.1 Populasi	31
3.3.2 Sampel	31
3.3.3 Tehnik Pengambilan Sampel	32
3.4 Metode Pengumpulan Data	33
3.4.1 Observasi	33
3.4.2 Kuisisioner	33
3.4.3 Penelitian Kepustakaan	35
3.5 Jenis Data	35
3.5.1 Data Kuantitatif	35
3.5.2 Data Kualitatif	35
3.6 Sumber Data	35
3.6.1 Data Primer	36
3.6.2 Data Sekunder	36
3.7 Metode Analisis Data	36
3.7.1 Uji Validitas	36
3.7.2 Uji Reliabilitas	37
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	38
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	41
3.7.5 Uji Hipotesis	42
3.7.6 Koefisien Determinasi R ²	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	44
4.1.1 Sejarah Perusahaan	44
4.1.2 Visi Misi dan Tujuan Perusahaan	45
4.2 Lokasi Perusahaan	48
4.2.1 Faktor Primer	48
4.2.2 Faktor Skunder	49
4.3 Struktur Organisasi	50
4.4 Tenaga Kerja (Karyawan)	50
4.5 Demografi Karyawan	51
4.6 Penyebaran Kuisisioner	52
4.7 Gambaran Umum Responden	53
4.7.1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia	53
4.7.2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.8 Deskripsi Penilaian Responden	55
4.8.1 Deskripsi Penilaian Variabel Pelayanan	56
4.8.2 Deskripsi Penilaian Variabel Harga	58
4.8.3 Deskripsi Penilaian Variabel Kualitas Produk	60
4.8.4 Deskripsi Penilaian Variabel Keputusan Pembelian	63
4.9 Hasil Uji Instrumen	65
4.9.1 Uji Validitas	65
4.9.2 Uji Reliabilitas	70
4.9.3 Uji Asumsi Klasik	71
4.9.4 Analisis Regresi Linear Berganda	80
4.9.5 Uji Hipotesis	82
4.9.6 Koefisien Determinasi R ²	86
4.10 Interpretasi Hasil Penelitian	87
4.10.1 Uji Validitas	87
4.10.2 Uji Reliabilitas	88

4.10.3 Uji Asumsi Klasik.....	88
4.10.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	90
4.10.5 Uji Hipotesis.....	90
4.10.6 Koefisien Determinasi R^2	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran.....	94
5.2.1 Saran Teoritis	94
5.2.2 Saran Praktis	94
5.2.3 Saran Penelitian Selanjutnya	95
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matrik Penelitian Terdahulu	23
Tabel 4. 1 Demografi Karyawan	51
Tabel 4. 2 Distribusi Kuisioner dan Pengumpulan Data	52
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Kelompok Usia.....	53
Tabel 4. 4 Jenis Kelamin Responden	54
Tabel 4. 5 Nilai Skor	55
Tabel 4. 6 Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Pelayanan (X_1)	56
Tabel 4. 7 Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Harga (X_2)	58
Tabel 4. 8 Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Kualitas Produk (X_3)	61
Tabel 4. 9 Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .	63
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan.....	66
Tabel 4. 11 Hasil Uji Valitidas Variabel Harga.....	67
Tabel 4. 12 Hasil Uji Valitidas Variabel Kualitas Produk	68
Tabel 4. 13 Hasil Uji Variabel Keputusan Pembelian	69
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Reliabel	71
Tabel 4. 15 One Sampel Kolmogorov-Smirnov Test	73
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinieritas	76
Tabel 4. 17 Hasil Uji Autokorelasi Durbin-Watson	77
Tabel 4. 18 Uji linearitas variable pelayanan	78
Tabel 4. 19 Uji linearitas variable harga	79
Tabel 4. 20 Uji linearitas variable Kualitas produk.....	79
Tabel 4. 21 Hasil Regresi Linier Berganda	80

Tabel 4. 22 Uji Statistik t (Pengujian Hipotesis Secara Parsial)	82
Tabel 4. 23 Uji Statistik F (Pengujian Hipotesis Secara Simultan).....	85
Tabel 4. 24 Hasil Uji Koefisien Determinasi R ²	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Pengaruh Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	25
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	50
Gambar 4. 2 Grafik Normal Probability Plot.....	72
Gambar 4. 3 Grafik Scatterplot	75

**PENGARUH PELAYANAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi Pada Kerajinan Genteng Super Klagen Karanggeneng Lamongan)**

Musafak Khoiri

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik

ABSTRAK

Lingkungan bisnis yang semakin kompetitif menuntut para pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas strategi pemasaran guna memenangkan persaingan, termasuk dalam industri kerajinan genteng. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial dan simultan antara kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kerajinan Genteng Super Klagen di Karanggeneng, Lamongan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 60 responden konsumen, dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda, uji t, uji F, serta uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai signifikansi masing-masing 0,000 dan 0,001 ($< 0,05$). Sementara itu, variabel harga (X_2) tidak berpengaruh secara signifikan secara parsial, dengan nilai signifikansi 0,083 ($> 0,05$). Uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai F hitung sebesar 64,585 $>$ F tabel 2,77 dan signifikansi 0,000.

Kesimpulannya, kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian, sedangkan harga memiliki pengaruh yang kurang signifikan secara parsial. Namun, ketiganya bersama-sama tetap berpengaruh signifikan.

Kata Kunci: Pelayanan, Harga, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF SERVICE, PRICE, AND PRODUCT QUALITY ON
CONSUMER PURCHASE DECISIONS**
(A Study at Genting Super Klagen Craft Industry, Karanggeneng, Lamongan)

Musafak Khoiri
Management Study Program, Faculty Of Economics, Gresik University

ABSTRACT

The increasingly competitive business environment requires entrepreneurs to improve the quality of their marketing strategies to win the market, including in the handcrafted roof tile industry. This research aims to analyze the partial and simultaneous influence of service quality, price, and product quality on consumer purchasing decisions at Genting Super Klagen Craft, Karanggeneng, Lamongan. This study uses a quantitative method with a descriptive approach. Data were gathered through questionnaires distributed to 60 consumers, and analyzed using multiple linear regression, t-test, F-test, and the coefficient of determination (R^2). The t-test results show that the service variable (X_1) and product quality variable (X_3) significantly affect purchasing decisions, with significance values of 0.000 and 0.001 respectively (< 0.05). Meanwhile, the price variable (X_2) does not have a significant partial effect, with a significance value of 0.083 (> 0.05). The F-test results indicate that service, price, and product quality together significantly influence purchasing decisions, shown by an F-calculated value of 64.585, which is greater than the F-table value of 2.77, with a Sig. value of 0.000. In conclusion, service quality and product quality are the primary factors influencing consumer decisions, while price has a less significant individual impact. Nonetheless, all three variables together have a meaningful combined effect.

Keywords: *Service, Price, Product Quality, and Purchase Decision*