



UNIVERSITAS ANDALAS
FAKULTAS EKONOMI

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR HARGA, TEMPAT, PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RESTORAN PIZZA HUT PADANG**

(Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Unand)

Oleh :

EKO ADI PUTRA

05152059

Mahasiswa Program Strata Satu (S-1) Jurusan Manajemen

Untuk Memenuhi sebahagian Dari Syarat-Syarat Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Strata 1

Fakultas Ekonomi Universitas Andalas

PADANG

2011



No. Alumni Universitas

EKO ADI PUTRA

No. Alumni Fakultas

BIODATA

a) Tempat/Tanggal lahir : Padang, 11 Maret 1985 b) Nama Orang Tua : Nurmainis c) Fakultas : Ekonomi d) Jurusan : Manajemen e) NO BP : 05152059 f) Tanggal Lulus : 27 Januari 2011 g) Predikat Lulus : Sangat Memuaskan h) IPK : 2,89 i) Lama Studi : 5 Tahun 5 bulan h) Alamat Orang Tua : Jl. Intan 8 No 185 Perumnas Pengambangan Padang

Pengaruh Faktor Harga, produk, tempat dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Restoran Pizza Hut Padang (Studi pada mahasiswa ekonomi Unand)
Skripsi SI oleh Eko Adi Putra. Pembimbing Suziana SE, MM

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah faktor harga, tempat, produk, promosi baik secara sendiri-sendiri (*partial*) maupun secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh terhadap konsumen dalam keputusan pembelian pada restoran Pizza Hut Padang. Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan studi kepustakaan. Kuesioner penelitian ini diberikan kepada mahasiswa ekonomi yang menjadi konsumen Pizza Hut. Studi kepustakaan penelitian ini berupa data yang bersifat teoritis dari buku-buku, teks dan artikel ilmiah. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan bantuan komputer program *SPSS release 15 for Windows* dan menggunakan rumus regresi linier berganda, pengujian hipotesis (*uji-F* dan *uji-t*), interpretasi hasil (*validitas* menggunakan rumus korelasi *Product Moment* dan *reliabilitas* menggunakan rumus *Cronbach Coefficient Alpha*). Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Faktor harga, produk, tempat dan promosi berpengaruh *significant* terhadap keputusan pembelian pada restora Pizza Hut Padang

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 27 Januari 2011 Abstrak telah disetujui oleh :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Suziana SE, MM	Dra Yanti MM	Donard Gomes SE, M.Bus

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Harif Amali Rivai SE, M.Si
NIP. 197102211997011001

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke fakultas/universitas dan mendapat nomor alumnus :

	Petugas Fakultas / Universitas	
No Alumni Fakultas	Nama	Tanda Tangan
No Alumni Universitas	Nama	Tanda Tangan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada umumnya makanan dikonsumsi dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan yang paling mendasar, namun seiring dengan perkembangan jaman serta perekonomian yang semakin maju, tempat makan dan penyajiannya juga sangat beragam dan lebih bervariasi sesuai dengan selera dari masing-masing individu untuk mencukupi salah satu kebutuhan primernya ini. Dari mulai kedai, warung, depot, cafe, hingga restoran yang mewah merupakan alternatif pilihan yang ditawarkan oleh pengelola usaha bisnis makanan ini kepada masyarakat demi memenuhi berbagai macam selera dalam memilih tempat makan yang sesuai dengan kebutuhannya.

Restoran merupakan tempat yang mewah untuk menyantap makan dan minuman yang disediakan oleh pihak pengelolanya termasuk dengan kualitas layanan jasa yang diberikan kepada konsumen dengan dibebankan biaya yang cukup besar. Restoran memiliki nilai lebih jika dibandingkan dengan tempat makan lainnya seperti warung atau rumah makan pada biasanya, dimana hal yang menjadi pembedanya adalah pada bisnis restoran tidak hanya semata-mata menawarkan kepada produk fisiknya saja tetapi juga kualitas mutu layanan jasa yang menjanjikan kepada konsumennya, yaitu mulai dari awal kedatangan ke tempat tersebut hingga pulang meninggalkannya, semuanya disertakan layanan jasa yang khusus diberikan kepada konsumen. Ini semua merupakan satu kebutuhan yang ada dari sebuah tempat makan yang berskala restoran.

Fungsi utama restoran adalah sebagai tempat untuk menikmati jamuan makan, namun ada banyak alasan yang mendasari orang untuk datang dan makan ketempat tersebut. Seperti, ada orang datang dan makan direstoran karena ingin bersantai di luar rumah, ada juga yang datang untuk menemui serta menjamu rekan bisnisnya, dan bahkan tempat ini menjadi salah satu alternatif pilihan sebagai tempat yang digunakan untuk melobby beberapa klien dalam membina hubungan kerja. Tidak semua orang yang datang dan makan direstoran memiliki selera makan yang sama ada yang memiliki selera menu makan indonesia, ada juga sebagian orang yang suka menu makanan ala Eropa, Amerika, China dan bahkan menu ala negeri timur tengah.

Perkembangan restoran kini semakin pesat dan marak sekali dengan adanya berbagai jenis restoran waralaba maupun non-waralaba yang ada. Munculnya restoran waralaba atau *franchise* secara tidak langsung berdampak besar pada perubahan pola gaya hidup masyarakat yang semakin modern khususnya di kalangan masyarakat kota. Dari mulai perubahan teknologi, hingga perubahan pola pikir serta budaya barat yang secara tidak langsung teradopsi oleh masyarakat kota ini, membuat para marketer berubah haluan dalam strategi pemasaran produk yang akan ditawarkan kepada konsumen yang memiliki selera serta berbagai macam kebutuhan yang beragam atau jenis produk yang akan dikonsumsinya.

Dari sekian banyak restoran waralaba yang berkembang di Indonesia salah satunya Restoran Pizza Hut. Restoran Pizza Hut pertama kali hadir di indonesia pada tahun 1984. Pizza Hut merupakan salah satu pemain lama yang tetap eksist dalam menjalani bisnis *franchise* restoran Pizzanya, dimana tempat ini selalu

Bab VI

PENUTUP

Berdasarkan analisa dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka berikut ini penulis mencoba menarik beberapa kesimpulan, saran dan keterbatasan yang mungkin diperlukan terhadap hasil pengolahan variabel-variabel yang diteliti. Hal ini bertujuan untuk dapat memberi pertimbangan kepada pengusaha restoran khususnya Pizza Hut Padang sebagai bahan masukan dalam menjalankan usahanya

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis mengemukakan kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian ini maka penulis dapat menyimpulkan bahwa faktor harga yang terdiri dari kualitas produk, tingkat kenyamanan tempat, pelayanan dan aneka makanan dan minuman mempunyai pengaruh significant terhadap keputusan pembelian pada restoran Pizza Hut Padang.
2. Dari hasil penelitian ini maka penulis dapat menyimpulkan bahwa faktor tempat yang terdiri dari kenyamanan tempat, kebersihan, lokasi parkir dan fasilitas yang dimiliki mempunyai pengaruh significant terhadap keputusan pembelian pada restoran Pizza hut Padang.
3. Dari hasil penelitian ini maka penulis dapat menyimpulkan bahwa faktor Produk (rasa) mempunyai pengaruh significant terhadap keputusan pembelian pada restoran Pizza Hut Padang.

DAFTAR PUSTAKA

- Boone, Louis E, David I. Kurtz, 2005, *Pengantar Bisnis*, Edisi 2000 yang diperbaruhi, Alih Bahasa Fadriansyah Anwar, Erlangga, Jilid dua, Jakarta.
- Dharmmesta, B.S. dan Hani Handoko. 1987. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*, Edisi Pertama, Yogyakarta: Liberty.
- Engel, James F, Roger D. Blackwell dan Paul Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam, diterjemahkan oleh Budianto, Bina Rupa Aksara, Jakarta
- Kertajaya, Hermawan, 2003 *Marketing Plus 2000: Siasat Memenangkan Persaingan Global*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, P dan Keller, K.L., 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Prenhallindo, Jakarta
- Kotler, P. 2005 .terjemahan. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kescbelas. Jilid 1, Jakarta : Pt indeks.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran* (Hendra Teguh, Ronny A. Rusli dan Benyamin Molan). Jilid Pertama, Edisi Milenium. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Edisi 8, Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium, Prenhallindo, Jakarta
- Kotler, P. dan Armstrong. (1997), *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta, Prenhalindo
- Kuncoro, Mudrajat. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi: Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. Jakarta: Erlangga.
- Mitra Bestari Tim. 2003, *Dasar-dasar Pemasaran*, Yogyakarta: UPFE UMY