



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA



**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MAKANAN SIAP SAJI RICHEESE FACTORY DI REMPOA
JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

Ardha Danawira

1302015021

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2019



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MAKANAN SIAP SAJI RICHEESE FACTORY DI REMPOA
JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

Ardha Danawira

1302015021

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2019

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul **“PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN SIAP SAJI RICHEESE FACTORY REMPOA JAKARTA SELATAN”** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya.

Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta 27 Agustus 2019
Yang menyatakan.



(Ardha Danawira)
NIM 1302015021

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : **PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN SIAP SAJI RICHEESE FACTORY REMPOA JAKARTA SELATAN**

NAMA : **ARDHA DANAWIRA**

NIM : **1302015021**

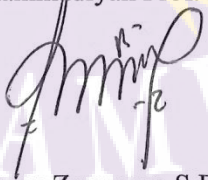
PROGRAM STUDI : **MANAJEMEN**

TAHUN AKADEMIK : **2019**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi:

Pembimbing I	Dr. Sunarta, S.E., M.M.	
Pembimbing II	Dr. Budi Permana Yusuf, S.E., M.M.	

Megetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

16/19
2

Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M.

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini dengan judul :

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN SIAP SAJI
RICHEESE FACTORY REMPOA JAKARTA SELATAN**

Yang disusun oleh :

Ardha Danawira
1302015021

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata-satu
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA

Pada tanggal : 27 Agustus 2019

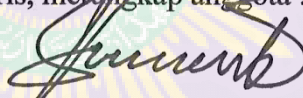
Tim Penguji :

Ketua, merangkap anggota :



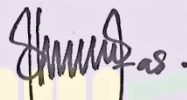
(Dr. Yadi Nurhayadi, M.Si.)

Sekretaris, merangkap anggota :



(Dr. Sunarta, S.E., M.M.)

Anggota :



(Ani Silvia, S. TP., M.SM.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA



(Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M.)



(Dr. Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M.)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ardha Danawira
NIM : 1302015021
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN SIAP SAJI RICHEESE FACTORY REMPOA JAKARTA SELATAN”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 27 Agustus 2019
Yang menyatakan


(Ardha Danawira)

ABSTRAKSI

Arda Danawira (1302015021)

PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN SIAP SAJI RICHEESE FACTORY REMPOA JAKARTA SELATAN

Skripsi Program Strata Satu Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2018. Jakarta.

Kata Kunci: Differensiasi Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Differensiasi Produk dan Kualitas Pelayanan secara parsial dan simultan terhadap Keputusan Pembelian Makanan Siap Saji Recheese Factory Rempoa Tangerang Selatan. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pengumpulan data secara langsung, berupa penyebaran kuesioner yang diambil dari suatu sampel. Pengambilan sampling menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *accidental sampling*, sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung Makanan Siap Saji Recheese Factory Rempoa Tangerang Selatan sebanyak 133 responden. Berdasarkan dari hasil pengolahan data, model regresi linier berganda penelitian ini adalah $\hat{Y} = 8,397 + 0,345 X_1 + 0,497 X_2$ kemudian hasil pengolahan data uji t dapat dilihat Differnsiasi Produk diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan nilai $t_{hitung} = 4,397 >$ dari nilai $t_{tabel} 1,991$ kemudian Kualitas Pelayanan diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan nilai $t_{hitung} = 4,397 >$ dari nilai $t_{tabel} 1,991$. Serta hasil dari uji F terdapat nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan nilai $F_{hitung} = 29,981 >$ nilai F_{tabel} sebesar 3,12. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Differensiasi Produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Kemudian Differensiasi Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Arda Danawira (1302015021)

THE EFFECT OF DIFFERENTIATION OF PRODUCTS AND SERVICE QUALITY ON FOOD PURCHASE DECISIONS READY FOR RICHEESE FACTORIES IN REMPOA SOUTH JAKARTA

Undergraduate Thesis Program, Department of Management. Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University Prof. DR. HAMKA. 2018. Jakarta.

Keywords: Product Differences, Service Quality, Purchase Decisions.

This study discusses the difference between Product and Service Quality with simultaneous and simultaneous decisions on Ready-to-Eat Foods for Rempoa Factory, South Tangerang. This study uses a survey method by collecting data directly, in the form of distributing questionnaires taken from a sample. Sampling using non-probability sampling with accidental sampling method, the sample in this study were visitors to the Fast Food Factory in South Tangerang Rempoa Area as many as 133 respondents. Based on the results of data processing, the multiple linear regression model of this study is $\hat{Y} = 8,397 + 0,345 X_1 + 0,497 X_2$ then the results of test data processing can be used. Service Quality obtained a significance value of $0,000 < 0,05$ with a value of $t\text{-count} = 4,397 >$ from the value of $t\text{-table} 1,991$. As well as the results of the F test, it is estimated that the significance value is $0,000 < 0,05$ with the value of $F\text{-count} = 29,981 >$ the value of $F\text{-table}$ is 3,12. Then it can be concluded that the variable. Then Differentiation of Products and Quality of Review of Purchase Decisions.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini serta salam dan shalawat kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita ke zaman yang cangguh ini, serta keluarga, sahabat dan seluruh umat Rasulullah SAW di muka bumi ini. Tidak lupa penulis ucapkan rasa terima kasih kepada orang tua tercinta yang telah memberikan doa, kasih sayang, motivasi dan dukungan baik secara moril maupun materil kepada penulis. Berkat rahmat dan karunia Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Diferensiasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Siap Saji Richeese Factory di Rempoa Jakarta Selatan”.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis memperoleh bantuan, bimbingan, dan pengarahan oleh berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat dan yang penulis banggakan :

1. Bapak Prof. DR. Gunawan Suryoputro, M.Hum. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
2. Bapak Dr. Nuryadi Wijiharjono S.E, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
3. Bapak Zulpahmi, S.E., M.Si. selaku Waakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
4. Bapak Dr. Sunarta, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
5. Bapak Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
6. Bapak Dr. Sunarta, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memberikan arahan dan masukan kepada Penulis dalam menyelesaikan

ini di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

7. Bapak Dr. Budi Permana Yusuf, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan arahan dan masukan kepada Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama perkuliahan
9. Teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen angkatan 2013 dan khusus karib Penulis, Suci Widiya Retno, Haerul Efendi, Iman Haloho, Fauzan Madinah, Farizal Fadhli, Muhammad Rio Akbar, dan Rilo Wahyudi yang selalu membantu selama proses perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini.
10. Abid Surabidin dan Kurnia Sandi selaku sahabat yang selalu membantu dan mendukung selama proses penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan pertolongan kepada pihak-pihak yang telah membantu Penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini dengan baik dan benar. Berkat bantuan dan kerja sama dari berbagai pihak tersebut di atas, akhirnya Skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Akhir kata, Penulis memohon maaf apabila dalam penulisan Skripsi ini masih terdapat kesalahan yang tidak disadari oleh Penulis. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat untuk berbagai pihak yang menggunakannya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Jakarta, 15 Januari 2019

Penulis



Ardha Danawira

(1302015021)

-----,

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK/INTISARI	v
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	6
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	6
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	7
1.2.3 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Telaah Pustaka	17
2.2.1 Pengertian Manajemen.....	17
2.2.2 Pengertian Pemasaran	18
2.2.3 Pengertian Manajemen Pemasaran	19
2.2.4 Bauran Pemasaran	20
2.2.5 Pengertian Produk	23
2.2.6 Diferensiasi Produk	24
2.2.7 Kualitas Pelayanan	29
2.2.7.1 Tujuan dan Fungsi Pelayanan.....	30

2.2.7.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	31
2.2.8 Keputusan Pembelian	33
2.2.8.1 Pengertian Keputusan Pembelian	33
2.2.8.2 Jenis-jenis Perilaku Keputusan Pembelian.....	34
2.2.8.3 Tahapan Keputusan Pembelian	36
2.3 Kerangka Pemikiran Teoriti	37
2.4 Rumusan Hipotesis	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	40
3.2 Operasional Variabel	41
3.2.1 Pengertian Operasional Variabel	41
3.3 Populasi dan Sampel	44
3.3.1 Populasi	44
3.3.2 Sampel	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data	46
3.4.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	46
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.4.3 Metode Pengumpulan Data	47
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	49
3.5.1 Teknik Pengolahan Data.....	49
3.5.1.1 Uji Validitas Data	49
3.5.1.2 Uji Reliabilitas Data	49
3.5.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	50
3.5.3 Analisis Model Regresi Linier Berganda.....	51
3.5.3.1 Model Regresi Linier Berganda.....	51
3.5.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.5.3.3 Analisis Koefisien Determinasi dan Korelasi	56
3.5.3.4 Uji Hipotesis	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Perusahaan	61
4.1.1 Lokasi Penelitian	61

4.1.2 Sejarah Singkat PT Richeese Kuliner Indonesia	61
4.1.3 Visi dan Misi PT Richeese Kuliner Indonesia	61
4.2 Data Pembahasan	62
4.2.1 Karakteristik Responden	62
4.3 Analisis Pervariabel	64
4.3.1 Persepsi Konsumen Terhadap Diferensiasi Produk	64
4.3.2 Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan	70
4.3.3 Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	77
4.4 Hasil Perhitungan	84
4.4.1 Uji Validitas dan Realibilitas Data	84
4.4.2 Analisis Statistik Deskriptif	87
4.4.3 Analisis Model Regresi Linier Berganda	87
4.4.4 Analisis Koefisien Korelasi	89
4.4.5 Uji Asumsi Klasik	91
4.4.5.1 Normalitas	91
4.4.5.2 Heteroskedastisitas	92
4.4.5.3 Multikolineritas	93
4.4.5.4 Autokorelasi	94
4.4.6 Uji Koefisien Determinasi	95
4.4.7 Uji Hipotesis	97
4.4.7.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	97
4.4.7.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	98
4.5 Interpretasi Hasil Penelitian	99
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	103
5.2 Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

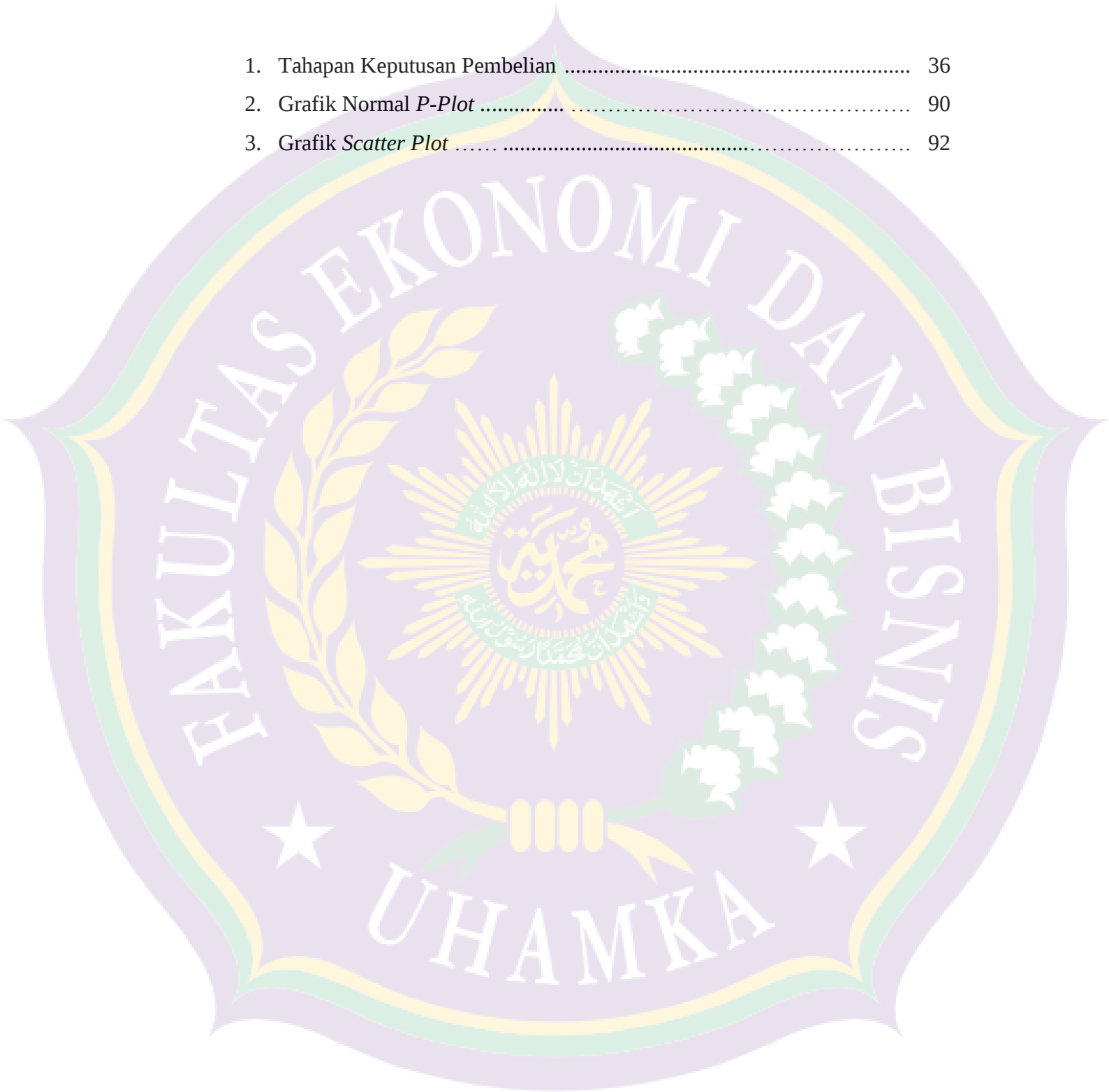
DAFTAR TABEL

1.	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	12
2.	Operasional Variabel	41
3.	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	47
4.	Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi.....	54
5.	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	58
6.	Jenis Kelamin Responden	62
7.	Usia Responden	62
8.	Pendidikan Terakhir Responden.....	63
9.	Bentuk Produk yang ditawarkan Richeese Factory Unik.....	64
10.	Produk Yang Ditawarkan Richeese Factory Bernilai Tinggi	64
11.	Kualitas Produk Yang Ditawarkan Richeese Factory Bernilai Tinggi	65
12.	Kualitas Produk Richeese Factory Bisa Bersaing Produk Pesaingnya.....	65
13.	Produk Yang Ditawarkan Richeese Factory Terlihat Mewah	66
14.	Produk Yang Ditawarkan Richeese Factory Bernilai Tinggi	67
15.	Mutu Prodok Yang ditawarkan Richeese Factory Terjamin	67
16.	Mutu Yang Ditawarkan Richeese Factory Terpercaya.....	68
17.	Indikator Diferensiasi Produk.....	68
18.	Makanan Yang Dipesan Disajikan Dengan Cepat	69
19.	Tingkat Kemampuan Penyelesaiain Pekerjaan	70
20.	Kemampuan Menanggapi Keluhan	70
21.	Kesigapan Karyawan Dalam Membantu Permintaan Konsumen	71
22.	Tingkat Jaminan Atas Kualitas Jasa Yang Diberikan	71
23.	Tingkat Kepercayaan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan	72
24.	Sikap Pegawai Melayani Pelanggan.....	73
25.	Kepedulian Pegawai Terhadap Konsumen	73
26.	Kebersihan Dan Kenyamanan Ruang Tunggu	74
27.	Kelengkapan Fasilitas Operasionanl.....	74
28.	Indikator Kualitas Pelayanan	75
29.	Produk Yang Ditawarkan Richeese Factory Mampu Memuaskan	76

30.	Produk Yang Ditawarkan Oleh Richeese Factory Digemari Semua	76
31.	Informasi Mengenai Produk Richeese Factory Bisa Dapat Media Sosial	77
32.	Jaringan Informasi Mengenai Produk Richeese Factory Sangat Luas	78
33.	Kualitas Yang Ditawarkan Produk Richeese Factory Meyakinkan	78
34.	Produk Yang Ditawarkan Richeese Factory Dapat Dibandingkan	79
35.	Produk Richeese factory Yang Ditawarkan Memiliki Rasa Yang Enak ..	80
36.	Produk Yang Ditawarkan Oleh Richeese Factory Mudah Didapat	80
37.	Setelah Merasakan Produk Richeese Factory	81
38.	Setelah Merasakan Richeese Factory Konsumen Akan Merekomendasi.	81
39.	Indikator Keputusan Pelayanan	82
40.	Hasil Penguji Validitas	83
41.	Hasil Penguji Realibitas Diferensiasi Produk (X1)	85
42.	Hasil Pengujian Realibitas Kualitas Pelayanan (X2).....	85
43.	Hasil Penguji Realibitas Keputusan Pembelian (Y)	85
44.	Hasil Analisis Deskriptip	86
45.	Uji Hasil Regresi Berganda	87
46.	Hasil Analisis Korelasi	88
47.	Hasil Uji Normalitas	91
48.	Hasil Uji Multikolineritas	93
49.	Hasil Uji Autokorelasi	93
50.	Hasil Uji Koefisien Determinasi	94
51.	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	95
52.	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	95
53.	Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	96
54.	Hasil Uji Hipotesis Secara Simultal (Uji F)	97

DAFTAR GAMBAR

1. Tahapan Keputusan Pembelian	36
2. Grafik Normal <i>P-Plot</i>	90
3. Grafik <i>Scatter Plot</i>	92



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian.....	1/20
2.	Tabulasi Kuesioner	6/20
3.	Koefisien Determinasi	15/20
4.	Hipotesis F	15/20
5.	Hipotesis t.....	15/20
6.	Normalitas P-Plot.....	16/20
7.	t-table	17/20
8.	R-table.....	18/20
9.	Catatan Konsultasi Skripsi I.....	19/20
10.	Catatan Konsultasi Skripsi II.....	20/20

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kondisi masyarakat pada saat ini yang semakin tinggi tingkat pendidikan disertai dengan selera konsumsi mereka yang semakin meningkat, menciptakan suatu keadaan dalam memilih produk menjadi lebih teliti dan cermat. Dengan dapat Mengimbangnya dalam kehidupan sehari-hari. Pengaruh dari perkembangan zaman yaitu adanya diferensiasi produk sehingga bermunculan produk dan jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing - masing produk dan jasa tersebut. Ada banyak beragam jenis industri yang semakin modern, salah satunya adalah industri kuliner. Industri ini menjadi semakin maju sebagaimana yang dapat dilihat dari semakin beragamnya jenis bisnis kuliner yang ada di pasar. Industri kuliner akhir - akhir ini sedang menunjukkan perkembangan yang pesat.

Perkembangannya dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti demografi, tingkat ekonomi yang meningkat serta gaya hidup masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari menjamurnya industri kuliner dengan berbagai konsep, seperti konsep Restoran keluarga, Restoran cepat saji, Warung kaki lima, hingga Bistro dan Cafe. Industri kuliner dinilai cukup menjanjikan karena menawarkan produk yang merupakan kebutuhan dasar setiap manusia, yaitu makanan dan minuman. Tidak hanya menjual makanan dan minuman olahan asli Indonesia saja, industri kuliner di Indonesia juga diramaikan oleh olahan makanan Internasional.

Perkembangan jaman saat ini juga membuat masyarakat cenderung lebih memiliki kesibukan dan mobilitas yang tinggi, mereka umumnya lebih sering

menghabiskan waktu di luar rumah. Menikmati makanan siap saji bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan *primer* tapi juga sebagai dari gaya hidup, dimana *food court*, *cafe*, restoran makanan cepat saji menjadi tempat berkumpul yang amat diminati. Gaya hidup ini sesuai dengan karakter orang Indonesia yang suka berkumpul bersama kerabat atau keluarga. *Food court*, *cafe* atau restoran makanan cepat saji telah menjadi identitas tersendiri bagi kalangan tertentu, baik remaja hingga dewasa.

Dengan demikian persaingan di dunia usaha kuliner semakin ketat dan kompleks. Banyak usaha kuliner yang berlomba dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Dalam menghadapi persaingan tersebut, manajemen perusahaan harus memiliki keahlian yang baik dan peka terhadap persaingan yang terjadi agar mampu mengantisipasi dan memenangkan persaingan usaha sehingga dapat menjalankan perusahaan dengan efektif dan efisien

Untuk menghadapi persaingan tersebut perusahaan perlu membangun strategi pemasaran yang baik. Strategi yang harus dilakukan dalam upaya mencapai target pemasaran tersebut dimulai dari dalam diri perusahaan, khususnya melalui produk yang mereka tawarkan. Dalam hal ini strategi yang cocok untuk digunakan yaitu strategi pemasaran diferensiasi produk.

Pada tahun 2014 Yuda Ramdani melakukan penelitian tentang pengaruh diferensiasi produk. Yuda Ramdani (2014) menggunakan variabel diferensiasi produk, kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian Yuda Ramdani (2014) menyatakan bahwa diferensiasi produk dan kepuasan konsumen

berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan.

Wayan Adi (2013) juga melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNY Pengguna Helm Merk INK)”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel X (Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek) terhadap Variabel Y (Keputusan Pembelian) berpengaruh signifikan baik secara parsial dan simultan.

Annafi Masuri (2013) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESA) Surabaya, dalam jurnal berjudul “Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Surabaya”. Hasil dari kesimpulan penelitian ini adalah besarnya sampel yang diambil, mengacu pada pendapat bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 5 kali dari jumlah variabel bebas yang diteliti dan ditambah 10 persen dari hasil perkalian tersebut untuk mencegah terjadinya penyimpangan sampel (Sugiyono, 2009:74). Oleh karena itu indikator variabel bebas dalam penelitian ini adalah berjumlah maka sampel yang diambil sebanyak 121 pelanggan.

Dari ketiga penelitian diatas, dapat diketahui bahwa variabel diferensiasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian ulang mengenai diferensiasi produk dengan beberapa perbedaan dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Dalam penelitian ini akan Penulis akan membahas mengenai Pengaruh diferensiasi produk dan kualitas

pelayanan terhadap keputusan pembelian. Produk yang akan dijadikan objek penelitian dalam penelitian ini adalah produk-produk Richeese Factory di Rempoa Jakarta Selatan. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2018.

Richeese Factory berusaha menyajikan produk makanan dan minuman yang berbeda yang memenuhi standar rasa sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga bias dinikmati dan disukai oleh masyarakat. Richeese Factory adalah sebuah jaringan rumah makan siap saji asal Indonesia dengan menu utama ayam goreng dan keju yang dimiliki oleh PT Richeese Kuliner Indonesia, anak usaha Kaldu Sari Nabati. Richeese Factory membuka gerai pertamanya di pusat perbelanjaan Paris Van Java, Bandung, pada 8 Februari 2011. Hingga bulan Agustus 2016, restoran ini memiliki 50 gerai yang tersebar di wilayah Jabodetabek, Bandung, Sumedang, Garut, Cirebon, Tegal, Semarang, Surabaya, Malang, dan Denpasar.

Menu yang disajikan Richeese Factory adalah olahan daging ayam goreng tepung yang disajikan dengan saus keju. Selain itu, restoran ini juga menyajikan olahan sayap ayam yang dibalut dengan saus barbekyu pedas dengan tingkat kepedasan yang berbeda-beda. (Wikipedia, 2018)

Kualitas layanan yang baik dalam suatu perusahaan akan dapat memberikan rasa puas terhadap pelanggan. Dalam hal ini pelayanan yang diberikan Richeese factory mendapat kepercayaan dari banyak pelanggan. Beberapa bentuk pelayanan yang diberikan Richeese factory adalah menyajikan menu makanan serta minuman dengan kualitas terbaik dan menyajikannya tepat waktu, menyediakan wastafel untuk mencuci tangan, menyediakan toilet, kemudian fasilitas parkir

untuk pelanggan yang membawa kendaraan terutama kendaraan roda empat atau mobil. Pelayanan yang tanggap juga diperlukan, oleh karena itu Richeese Factory selalu memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggannya.

Richeese Factory memiliki kekhasan beragam menu bercita rasa keju. Kekhasan lain yang ditonjolkan yaitu sensasi pedas dengan beragam tingkatan. (www.nabatigroup.com, 2018). Inilah yang membedakan produk Richeese Factory dengan produk pesaingnya. Pengusaha yang bergerak di bidang makanan cepat saji, hal ini untuk memperoleh pangsa pasar dapat dilakukan dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan yang nantinya akan berdampak pada loyalitas pelanggan serta akan mempengaruhi keputusan pembelian.

Richeese Factory harus melakukan evaluasi terhadap harga yang mereka tawarkan, sesuai dengan produk yang mereka miliki, karena hal ini akan mempengaruhi keputusan pembelian dari pelanggan. Harga yang sesuai bukan hanya untuk menarik pelanggan dalam memilih produk, melainkan juga dapat memperbaiki sikap, kualitas pelayanan dan keputusan terhadap suatu produk. Harga juga merupakan salah satu bahan pertimbangan bagi setiap pelanggan untuk membeli produk pada suatu perusahaan, ketika harga sesuai dengan kualitas produk dan harapan pelanggan, maka pelanggan akan loyal atau melakukan pembelian ulang. Melihat fenomena diatas, Richeese Factory hadir dengan menawarkan keunikan tersendiri agar dapat bersaing dengan perusahaan sejenis. Richeese Factory adalah restoran cepat saji yang menawarkan ayam goreng dengan cita rasa unik, di Richeese Factory mempunyai level kepedasan dengan menawarkan berbagai variasi saus diantaranya saus keju yang gurih, saus tomat.

Richeese factory berdiri pada Tahun 2011 dan hingga saat ini sudah memiliki 14 outlet yang tersebar di Kota Bandung. Dengan Tahun berdiri yang terhitung masih dini, Richeese Factory mampu bersaing dengan para kompetitor pendahulunya seperti McD dan KFC dengan menyaingi jumlah outlet yang tersebar di Kota Jakarta. Richeese factory sendiri memiliki tempat atau outlet yang nyaman, cukup besar dan sangat tepat untuk dijadikan tempat ngobrol ataupun berdiskusi bersama teman-teman ataupun keluarga karena mayoritas pengunjung di Richeese Factory adalah anak muda seperti mahasiswa, anak sekolah, karyawan kantor, serta keluarga.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Richeese Factory dengan judul: **“Pengaruh Diferensiasi Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Siap Saji Richeese Factory Rempoa Jakarta Selatan.”**

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang penelitian, maka masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana diferensiasi produk makanan siap saji Richeese Factory?
2. Bagaimanakah Kualitas pelayanan makanan siap saji Richeese Factory?
3. Bagaimanakah keputusan pembelian makanan siap saji Richeese Factory?
4. Apakah Diferensiasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan siap saji di Richeese Factory?

5. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Richeese Factory?
6. Apakah Diferensiasi Produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Richeese Factory?

1.2.2 Pembatasan Masalah

Agar penulisan ini tidak menyimpang dari pokok pembahasan dan lebih terperinci, maka dalam penelitian ini masalah yang dibahas hanya pada “Pengaruh diferensiasi produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian makanan siap saji richeese factory di Rempoa Jakarta selatan”.

1.2.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu : “Apakah berpengaruh Diferensiasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Makanan Siap Saji Richeese Factory di Rempoa Jakarta Selatan?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian makanan siap saji Rechees Factory Rempoa Jakarta Selatan
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian makanan siap saji Rechees Factory Rempoa Jakarta Selatan
3. Untuk menganalisis keputusan pembelian makanan siap saji Rechees Factory Rempoa Jakarta Selatan

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Dunia Akademik

Hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan, sumber informasi atau referensi bagi para peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti pokok pembahasan yang sama untuk waktu yang akan datang.

2. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan berupa teori-teori bidang usaha Richeese Factory yang bergerak di bidang makanan cepat saji, hal ini untuk memperoleh pangsa pasar dapat dilakukan dengan memberikan kualitas kepada pelanggan yang nantinya akan berdampak pada keputusan pembelian.

3. Bagi Praktisi

Untuk membantu mengidentifikasi dan memberikan pengetahuan tentang hubungan antara diferensiasi produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian makanan siap saji di Richeese Factory.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Virwan, Wayan. (2013). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Pengguna Helm Merek INK)*.
- Amrozi, Soetarno, dan Suharno. (2014). *Penerapan Pembelajaran Matematika dengan Model Pembelajaran Kooperatif Tipe TGT untuk Meningkatkan Motivasi dan Hasil Belajar Matematika Siswa Kelas XI TSP SMK Negeri 1 Nganjuk*. *Jurnal Teknologi Pendidikan dan Pembelajaran* 2(3): 295-310.
- Assauri, Sofjan. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Basu Swastha dan Irawan, (2013). *Manajemen Pemasaran Modern*. Penerbit: Liberty Yogyakarta.
- Buchari, Alma. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Buchory, Achmad Herry & Saladin, Djaslim. (2010). *Manajemen Pemasaran: Edisi Pertama*. Bandung: Linda Karya.
- Dharmmesta, Basu Swastha., Handoko, T. Hani. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- Ferry Rostya Adi, Albertus. (2012). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari, Semarang*.
- Hariyati, Yuliana. (2013). *Penerapan Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Stad Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Matematika Tentang KPK Dan FPBPada Siswa Sekolah Dasar*.
- Hidayat, Sholeh. (2013). *Pengembangan Kurikulum Baru*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Bandung.
- Husaini, Usman. (2013). *Manajemen: Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jooyeon Ha, SooCheong. (2009). *Effects of Service Quality and Food Quality: The Moderating Role of Atmospherics in an Ethnic Restaurant Segment*.
- Kartajaya, Hermawan. (2012). *Newwave Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management Jilid 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

- Koontz, Harold & Cyril O'Donnel & Heinz Weihrich. (2012). *Manajemen. Jilid 2, Terjemahan:Gunawan Hutaaruk*. Jakarta: Penerbit Jakarta.
- Luthfiana, R. (2014). *Analisis Kualitas Pelayanan, Promosi dan Hedonic Shopping Motives Yang Mempengaruhi Impulse Buying Dalam Pembelian Online*.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ramadani, Yuda. (2014). *Pengaruh Diferensiasi Produk dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan*.
- Robbins, Stephen P & Coulter, Mary. (2012). *Manajemen Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. (2015). *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran. Cetakan Pertama*. Yogyakarta: CAPS.