

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN  
UNTUK MECAPAI  
KEUNGGULAN DALAM BERSAING  
(Studi kasus pada Warung Geprek Purwodadi)**



Diajukan oleh :

**RYANDA KARUNIA RAHMAN**

**NIM 201711201**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**TAHUN 2023**

**Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan  
Terhadap Minat Beli Konsumen Untuk Mencapai  
Keunggulan Dalam Bersaing (Studi Kasus Pada  
Warung Geprek Purwodadi)**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapi tim  
penguji ujian skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Muria Kudus

Kudus,

2022

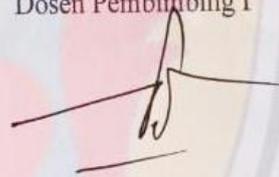
Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



NURUL RIZKA ARUMSARI, S.E., M.M  
NIDN.002606551

Dosen Pembimbing I



Dr. Drs. Ag SUNARNO H., SH., SPd., MM  
NIDN.002606551

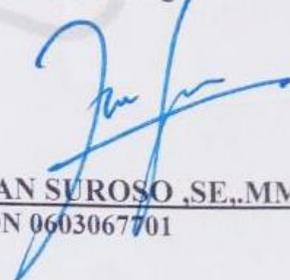
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. KERTATI SUMEKAR, SE., MM  
NIDN.0616177304

Dosen Pembimbing II



IWAN SUROSO, SE., MM., CFP  
NIDN 0603067701

## MOTTO

Keberhasilan adalah sebuah proses. Niatmu adalah awal keberhasilan. Peluh keringatmu adalah penyedapnya. Tetesan air matamu adalah pewarnanya. Doamu dan doa orang-orang disekitarmu adalah bara api yang mematangkannya. Kegagalandi setiap langkahmu adalah pengawetnya. aka dari itu, bersabarlah! Allah selalu menyertai orang-orang yang penuh kesabaran dalam proses menuju keberhasilan. Sesungguhnya kesabaran akan membuatmu mengerti bagaimana cara mensyukuri arti sebuah keberhasilan

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Fa inna ma'al usri yusra

“Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan“,QS. Al-Insyirah Ayat 5.

## PERSEMBAHAN

1. Skripsi ini adalah persembahan kecil saya untuk kedua orangtua yang saya cintai. Terima kasih karena mendoakan setiap langkahku.

## KATA PENGANTAR

Assalamulaaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan mengucap puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah diberikan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini. Dan tidak lupa kita panjatkan shalawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi suri tauladan yang baik bagi umatnya dan untuk berbuat kebajikan.

Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa Universitas Muria Kudus. Selain itu juga merupakan suatu bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan kuliah jenjang program Strata-1 dan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

Penyusunan penelitian ini dapat selesai dengan lancar karena tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu saya ucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumeekar, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Nurul Rizka Arumsari, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Drs. Agus Sunarno H., SH., SPd., MM. selaku dosen pembimbing satu yang telah memberikan bimbingan dan berbagai macam masukan dalam melakukan penelitian

5. Iwan Suroso, SE., MM., CFP. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan berbagai macam masukan dalam melakukan penelitian
6. Dosen Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan ilmunya selama masa study.
7. Kedua orang tua saya yang telah memberi berbagai macam bantuan baik secara dorongan doa, motivasi, moral dan materi.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu saya untuk menyelesaikan penelitian.

Peneliti tentunya menyadari bahwa pembuatan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahannya. Oleh karena itu peneliti berharap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran yang membangun untuk menambah kesempurnaan skripsi ini. Namun peneliti tetap berharap skripsi ini akan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kudus, 07 Juni 2021

Penulis

Ryanda Karuni Rahman

20711201

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN UNTUK MENCAPAI  
KEUNGGULAN DALAM BERSAING (Studi kasus pada Warung Geprek  
Purwodadi)**

Ryanda Karunia Rahman  
201711201

Pembimbing 1. Dr.Drs..Agus Sunarno H. SH., SPd., MM  
2. Iwan Suroso,SE, MM., CFP

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAKSI**

Usaha kuliner memang tak pernah sepi peminat, sehingga menimbulkan persaingan antar penyedia produk usaha kuliner. Dengan permasalahan yang telah diuraikan peneliti mempunyai ketertarikan untuk meneliti suatu rumah makan yakni Warung Geprek Purwodadi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap minat beli untuk mencapai keunggulan bersaing warung geprek purwodadi. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan pelanggan atau pengguna barang (Shaharudin et al 2013 dalam Abdul Basith dkk 2014). Kualitas Pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima (Parasuraman dalam Lupiyoadi 2014). Menurut Kotler dan Keller (2016 : 175) Definisi minat beli yaitu minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Metode dalam penelitian ini menggunakan Structural Equation Modeling. Hasil dari penelitian ini adalah Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, Kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing, Minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing

**Kata Kunci : kualitas produk, kualitas pelayanan, minat beli, keunggulan bersaing**

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY ON  
CONSUMER PURCHASE INTEREST TO ACHIEVE COMPETITIVE  
ADVANTAGE (Case study at the Geprek Purwodadi stall)**

Ryanda Karunia Rahman  
201711201

Pembimbing 1. Dr.Drs..Agus Sunarno H.SH., SPd., MM  
2. Iwan Suroso,SE., MM., CFP

**MURIA KUDUS UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSSINESS  
STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT**

**ABSTRACTIONS**

*The culinary business is never empty of enthusiasts, giving rise to competition between providers of culinary business products. With the problems that have been described, the researcher has an interest in researching a restaurant, namely Warung Geprek Purwodadi. The purpose of this study was to determine the influence of product quality and service quality on purchase intention to achieve competitive advantage in Purwodadi geprek stalls. Product quality is the ability of a product to meet the needs of customers or users of goods (Shaharudin et al 2013 in Abdul Basith et al 2014). Service quality can be defined as how far the difference is between reality and customer expectations for the service they receive (Parasuraman in Lupiyoadi 2014). According to Kotler and Keller (2016: 175) The definition of buying interest is that buying interest is a behavior that appears in response to objects that indicate consumers' desire to make purchases. The method in this study uses Structural Equation Modeling. The results of this study are product quality has a positive and significant effect on purchase intention, service quality has a positive and significant effect on purchase intention, product quality has a positive and significant effect on competitive advantage, service quality has a negative effect and no significant to competitive advantage, buying interest has a positive and significant effect on competitive advantage*

**Keywords: product quality, quality, purchase Interest, Competitive Advantage**

## DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
MOTTO.....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAKSI.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	10
1.3 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian .....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	13
2.1 Tinjauan Pustaka .....	13
2.2 Kualitas Produk.....	13
2.2.1. Definisi Kualitas Produk.....	13
2.1.2 Indikator Kualitas Produk.....	16
2.2 Kualitas Pelayanan .....	19

2.2.1 Manfaat Kualitas Pelayanan .....	21
2.2.2 Indikator Kualitas Pelayanan.....	22
2.3 Minat Beli .....	26
2.3.1 Indikator Minat Beli.....	28
2.4 Keunggulan Bersaing .....	30
2.4.1 Indikator Keunggulan Bersaing .....	30
2.5 Hubungan Antar Variabel.....	32
2.5.1 Hubungan antara Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	32
2.5.2 Hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli.....	33
2.5.3 Hubungan antara Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing ....	33
2.5.4 Hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Keunggulan Bersaing	34
2.5.5 Hubungan antara Minat Beli terhadap Keunggulan Bersaing .....	35
2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	35
2.7 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	39
2.8 Hipotesis .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1 Rancangan Penelitian.....	41
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	41
3.2.3 Variabel Penelitian.....	41
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	42
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	46
3.2.1 Jenis Data.....	46
3.2.2 Sumber Data .....	46

3.3 Populasi dan Sampel.....	47
3.3.1 Populasi.....	47
3.3.2 Sampel.....	47
3.4 Pengumpulan Data .....	48
3.5 Uji Instrumen Penelitian .....	49
3.5.1 Uji Validitas.....	49
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	50
3.6 Pengolahan Data.....	50
3.7 Analisis Data .....	52
3.8 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	61
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>63</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	63
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	63
4.2 Penyajian Data.....	63
4.2.1 Karakteristik Responden.....	63
4.2.2 Tanggapan Para Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	66
4.3 Analisis Data .....	71
4.3.1 Analisis Konfirmatori .....	72
4.4 Uji Normalitas .....	80
4.5 Uji Hipotesis .....	81
4.6 Pengaruh Secara Langsung ( <i>Direct effect</i> ) dan Secara Tidak Langsung ( <i>Indirect effect</i> ).....	84
4.6.1 Besarnya Pengaruh <i>Dirrect Effect</i> .....	84

4.6.2 Besarnya <i>Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i> .....	84
4.7 Uji Mediasi .....	85
4.8 Pembahasan .....	85
4.8.1 Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli .....	85
4.8.2 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli .....	86
4.8.3 Pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing .....	87
4.8.4. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing .....	88
4.8.5 Pengaruh minat beli terhadap keunggulan bersaing .....	89
4.8.6 Pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing melalui minat beli.....	90
4.8.7 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing melalui minat beli.....	91
BAB V PENUTUP .....	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA .....	96
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	99

## DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 3.1 Kriteria <i>Goodness of Fit</i> .....	52
Tabel 4.1 Umur Reaponden .....	58
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden .....	59
Table 4.3 Pekerjaan/Profesi Responden .....	60
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk ( $X_1$ ) .....	61
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) .....	61
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli ( $Y_1$ ) .....	62
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Keunggulan Bersaing ( $Y_2$ ) .....	63
Tabel 4.8 Uji Model <i>Goodness-of-Fit</i> variabel Eksogen Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen <i>Regression Weihts: (Group number 1-Default model)</i> .....	66
Tabel 4.9 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen <i>Regression Weihts: (Group number 1-Default model)</i> .....	67
Tabel 4.10 Uji Model Goodness Of Fit Variabel Endogen .....	69
Tabel 4.11 Analisis Konfirmatori Konstruk Variabel Endogen .....	70
Tabel 4. 12 Uji Model <i>Goodness of Fit</i> .....	72
Tabel 4.13 Uji Normalitas .....	73
Tabel 4.14 <i>Scolar Estimates (Group number 1- Default model)</i> <i>Regression Weights: (Group number 1- Default model)</i> .....	74
Tabel 4.15 Hasil Estimasi <i>Dirrect Effect</i> .....	76
Tabel 4.16 Hasil Estimasi <i>Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i> .....	77

## DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	33
Gambar 4.1 <i>Output</i> Konfirmatori Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan .....	65
Gambar 4.2 <i>Output</i> Konfirmatori Variabel Eksogen Setelah Perbaikan .....	65
Gambar 4.3 <i>Output</i> Konfirmatori Variabel Endogen Sebelum Perbaikan .....	68
Gambar 4.4 <i>Output</i> Konfirmatori Variabel Endogen Setelah Perbaikan .....	68
Gambar 4.5 <i>Output Structural Equation Modelling</i> Sebelum Perbaikan .....	71
Gambar 4.6 <i>Output Structural Equation Modelling</i> Setelah Perbaikan .....	71

