

RINGKASAN

Nadya Fadilasari (08320190027). Pengaruh Kualitas Makanan, Pelayanan, Lokasi, Harga Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan Coto Makassar. Dibawah Bimbingan Bapak Mais Ilsan dan Ibu Andi Maslia Tenrisau Adam.

Kualitas makanan, pelayanan, lokasi serta harga diasumsikan sebagai empat aspek utama yang mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan. Dengan mengintegrasikan keempat faktor ini, bisnis dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan kesuksesan jangka panjang. Coto Makassar adalah hidangan khas Sulawesi Selatan, terutama Makassar, yang terbuat dari daging sapi yang direbus hingga empuk, kemudian dicampur dengan bumbu tradisional yang telah dihaluskan.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mendeskripsikan varian coto dan volume penjualan Coto Paraikatte dan Coto Tamalanrea 1 (2) Menganalisis kualitas makanan, pelayanan, lokasi, harga Coto Paraikatte dan Coto Tamalanrea 1 (3) Menganalisa keputusan pembelian Coto Paraikatte dan Coto Tamalanrea 1 (4) Menganalisa kepuasan pelanggan Coto Paraikatte dan Coto Tamalanrea 1 (5) Menganalisa pengaruh kualitas makanan, pelayanan, lokasi, harga terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan Coto Paraikatte dan Coto Tamalanrea 1 (6) Menganalisa pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan Coto Paraikatte dan Coto Tamalanrea 1.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Coto Paraikatte dan Coto Tamalanrea 1 dengan jumlah 100 orang. Untuk mengambil sampelnya dipakai teknik *purposive sampling*. Dengan pertimbangan kriteria yang dipakai ialah pelanggan di Coto Paraikatte dan Coto Tamalanrea 1 yang sudah membeli lebih dari 1 kali, bersedia diwawancarai serta, telah berusia minimal 17 tahun. Untuk menganalisa datanya bermetode deskriptif-kuantitatif serta analisis *Structural Equation Modeling – Partial Least Square* (SEM-PLS).

Penelitian ini menghasilkan bila (1) Varian coto dipilih sendiri sesuai selera oleh pelanggan Coto Paraikatte dan Coto Tamalanrea 1 yaitu campur, campur tanpa hati, campur lemak, daging, daging paru, daging lidah, daging

pipih, daging hati, daging jantung, daging lemak, daging jantung lemak, daging paru pipi, daging jantung paru, paru, paru jantung, paru jantung lemak, jantung hati otak, jantung hati, pipi, kikil lemak, jantung lemak. Untuk jumlah volume penjualan Coto Paraikatte perhari sebanyak 700 porsi dengan total penjualan perbulan sebesar Rp462.000.000 sedangkan Coto Tamalanrea 1 dengan volume penjualan perhari sebesar 960 porsi dengan total penjualan perbulan sebesar 345.600.000. (2) Kualitas makanan pada Coto Paraikatte dan Coto Tamalanrea 1 menunjukkan nilai rata-rata sebesar 85,9 dan 77,6 termasuk dalam kategori sangat baik. Pelayanan pada Coto Paraikatte dan Coto Tamalanrea 1 menunjukkan nilai rata-rata sebesar 83,1 dan 76,0 termasuk dalam kategori sangat baik. Lokasi pada Coto Paraikatte menunjukkan nilai rata-rata sebesar 82,8 termasuk dalam kategori sangat baik sedangkan Coto Tamalanrea 1 menunjukkan nilai rata-rata sebesar 67,8 termasuk dalam kategori baik. Harga pada Coto Paraikatte menunjukkan nilai rata-rata sejumlah 82,3 tergolong sangat baik, untuk Coto Tamalanrea 1 menunjukkan nilai rata-rata sejumlah 75,0 tergolong baik. (3) Keputusan pembelian pada Coto Paraikatte dan Coto Tamalanrea 1 menunjukkan nilai rata-rata sejumlah 81,9 dan 77,9 tergolong sangat baik. (4) Kepuasan pelanggan pada Coto Paraikatte dan Coto Tamalanrea 1 menunjukkan nilai rata-rata sejumlah 86,1 dan 80,7 tergolong sangat baik. (5) Kualitas makanan berdampak tidak signifikan pada keputusan pembelian serta kepuasan pelanggan Coto Paraikatte dan Coto Tamalanrea 1 yang bernilai P value > 0,05. Pelayanan berdampak signifikan pada keputusan pembelian sedangkan pelayanan tidak berdampak signifikan pada kepuasan pelanggan yang bernilai P value > 0,05. Lokasi berdampak signifikan pada keputusan pembelian yang bernilai <0,05 dan lokasi tidak berdampak signifikan pada kepuasan pelanggan yang bernilai P value >0,05. Harga tidak berdampak signifikan pada keputusan pembelian yang bernilai P value >0,05 dan harga berdampak signifikan pada kepuasan pelanggan yang bernilai 0,05 (6) Keputusan pembelian berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai p-value sebesar 0,138 > 0,05.

Kata Kunci : Kualitas Makanan, Pelayanan, Lokasi, Harga, Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan

