



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN WIZZMIE DI SURABAYA**

SKRIPSI / TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program S-1

Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Widya Kartika

oleh

Lailatul Mubarrika

NRP 111.21.018

PEMBIMBING

Dr. Erna Ferrinadewi, S. E., M. M.

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA

SURABAYA

2025

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah SWT, atas berkat Rahmat serta hidayah yang telah diberikan kepada sang penulis. Sehingga penulis dapat Menyusun dan menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Wizzmie di Surabaya”. Penelitian dan penyusunan skripsi ini dibuat bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada S-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widya Kartika Surabaya. Pada kesempatan ini, penulis juga menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada :

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kekuatan, kesehatan, kesabaran, serta kelapangan hati dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
2. Kedua orang tua, adik, dan seluruh keluarga besar yang selalu memberikan doa, dukungan moral, serta semangat yang tak pernah putus. Doa dan kasih sayang mereka adalah energi terbesar dalam setiap langkah penulis.
3. Bapak Ong Peter Leonardo, BA., M.Ed selaku Rektor Universitas Widya Kartika Surabaya, yang telah menyediakan sarana dan prasarana yang mendukung proses pembelajaran dan penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Muis Murtadho, S.E., M.M., selaku kepala program studi manajemen yang telah membimbing dan memberikan arahan selama masa studi penulis dari awal sampai akhir perkuliahan.
5. Ibu Dr. Erna Ferrinadewi, S.E., M.M., selaku pembimbing pertama skripsi yang telah memberikan waktu, perhatian, serta bimbingan yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Erwin Rediono Tan, MBA, selaku pembimbing kedua sekaligus dosen wali penulis yang telah memberikan waktu, perhatian, serta bimbingan yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.

7. Seluruh dosen dan staf pengajar Program Studi Manajemen, atas ilmu dan pengalaman yang telah diberikan selama proses perkuliahan.
8. Rekan-rekan seperjuangan di kampus, atas semangat, motivasi, serta kebersamaan yang turut mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Dan yang terakhir, untuk diriku sendiri, Lailatul Mubarrika. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tak lelah berusaha, bahkan saat dunia terasa berat dan hasil belum juga datang. Terima kasih telah memilih untuk terus melangkah, walau sering ingin menyerah. Terima kasih telah setia menjadi teman terbaik bagi diri sendiri, yang tetap berjuang meski penuh air mata, yang tetap tersenyum meski hati kadang lelah. Skripsi ini bukan sekadar lembaran, tapi bukti bahwa aku pernah bertahan, pernah mencoba, dan akhirnya bisa menyelesaikan semuanya dengan sepenuh hati. Hari ini, mari kita rayakan pencapaian ini. Mari berbahagia, Lailatul, dengan segala kurang dan lebih yang ada dalam diri. Dan untuk kali ini, aku hanya ingin berkata dengan tulus, *“This time, I just want to say... I’m proud of me.”*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Manajemen.

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.1.1 Safarudin Baihaky, Ahmad Nizar Yogatama, Rita Indah Mustikowati 2022	9
2.1.2 Nur Lia Cahyani, Wahyu Hidayat 2020.....	9
2.2 Perbedaan.....	10
2.3 Landasan Teori.....	10
2.3.1 Kualitas Layanan	10
2.3.2 Dimensi Kualitas Layanan	11
2.3.3 Keputusan Pembelian	12
2.3.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	13
2.3.5 Indikator Keputusan Pembelian.....	14
2.3.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	15
2.4 Hipotesis	15
2.5 Kerangka Berfikir	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	17
3.1 Jenis Penelitian	17
3.2 Populasi dan Sampel	18
3.2.1 Populasi	18
3.2.2 Sampel	19
3.3 Teknik Sampling.....	20
3.4 Teknik Pengumpulan Data	20

3.4.1	Kuisisioner	20
3.4.2	Google form	21
3.5	Identifikasi Variabel	21
3.5.1	Identifikasi	21
3.5.2	Variabel Bebas	21
3.5.3	Variabel Terikat	21
3.6	Definisi Operasional & Indikator penelitian	22
3.6.1	Definisi operasional	22
3.6.2	Definisi Indikator Penelitian	22
3.7	Teknik Analisa Data	23
3.7.1	Uji Asumsi Klasik	23
3.8	Uji Validitas & Reabilitas	26
3.8.1	Uji Validitas	26
3.8.2	Uji Reabilitas	27
3.9	Uji Hipotesis	28
3.9.1	Regresi Linear Berganda	28
3.9.2	Uji t	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		30
4.1	Deskripsi Hasil Penelitian	30
4.1.1	Deskripsi Karakteristik	31
4.1.2	Deskripsi Jawaban Responden	36
4.2	Teknik Analisa Data	41
4.2.1	Uji Asumsi Klasik	41
4.2.2	Uji Validitas dan Reabilitas	46
4.3	Uji regresi linear berganda	47
4.4	Uji hipotesis	48
4.5	Pembahasan	51
4.5.1	Pengaruh variabel <i>Tangibility</i> terhadap keputusan pembelian	51
4.5.2	Pengaruh variabel <i>Reliability</i> terhadap Keputusan pembelian	52

4.5.3	Pengaruh variabel <i>Responsiveness</i> terhadap Keputusan Pembelian konsumen	53
4.5.4	Pengaruh variabel <i>Empaty</i> terhadap Keputusan pembelian konsumen ...	54
4.5.5	Pengaruh variabel <i>Assurance</i> terhadap Keputusan pembelian konsumen	56
BAB V PENUTUP		57
5.1	Kesimpulan	57
5.2	Saran.....	57



DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Perbedaan penelitian terdahulu	10
Tabel 4. 2 Deskripsi berdasarkan usia responden	31
Tabel 4. 3 Deskripsi berdasarkan pendidikan terakhir responden	32
Tabel 4. 4 Deskripsi berdasarkan pekerjaan responden	32
Tabel 4. 5 Deskripsi berdasarkan pendapatan bulanan responden	33
Tabel 4. 6 Deskripsi frekuensi pembelian responden	34
Tabel 4. 7 Sumber informasi Wizzmie	35
Tabel 4. 8 Penilaian responden terhadap pengaruh variabel tangibility	36
Tabel 4. 9 Penilaian responden terhadap variabel reliability	37
Tabel 4. 10 penilaian responden terhadap pengaruh variabel responsiveness	38
Tabel 4. 11 Penilaian responden terhadap pengaruh variabel empathy	38
Tabel 4. 12 Penilaian responden terhadap pengaruh variabel assurance	39
Tabel 4. 13 Penilaian responden terhadap keputusan pembelian	40
Tabel 4. 14 Uji validitas	46
Tabel 4. 15 Uji reabilitas	47
Tabel 4. 16 Uji hipotesis & Uji Regresi linear berganda	48

UWIKARTIKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Mie Kober, Mie Gacoan, dan Wizzmie.....	2
Gambar 1. 2 Antrian mengular di Wizzmie Surabaya	3
Gambar 1. 3 Review Mie Gacoan Vs Wizzmie	4
Gambar 1. 4 Perbedaan tempat makan Gacoan dan Wizzmie	5



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Karakteristik Responden	62
Lampiran 2 : Pertanyaan kuisisioner	63
Lampiran 3 : Jawaban Responden.....	64
Lampiran 4 : Uji Asumsi Klasik	80
Lampiran 5 : Uji Regresi Linear Berganda	81
Lampiran 6 : Uji Validitas & Uji Reabilitas	82



ABSTRAK

Lailatul Mubarrika

Skripsi

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian Wizzmie di Surabaya

Pertumbuhan industri kuliner di Indonesia memicu persaingan ketat, termasuk di segmen mie pedas yang tengah digemari Masyarakat urban. Fenomena pesatnya ekspansi Wizzmie di Surabaya, meskipun harga produknya lebih tinggi dibanding pesaing seperti Mie Gacoan, menunjukkan bahwa faktor selain harga turut mempengaruhi Keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan meliputi *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, dan *assurance* terhadap Keputusan pembelian di Wizzmie Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif kausalitas, data dikumpulkan melalui kuisioner terhadap 100 responden dan dianalisis dengan regresi linear berganda melalui SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *tangibility* dan *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian, sementara *reliability*, *empathy*, dan *assurance* menunjukkan pengaruh positif namun tidak signifikan. Penelitian ini menegaskan bahwa aspek visual dan kecepatan layanan menjadi determinan utama dalam mendorong perilaku pembelian konsumen. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan fisik dan ketanggapan staf menjadi strategi prioritas dalam memperkuat daya saing Wizzmie di pasar Kuliner Surabaya.

Kata kunci : Keputusan pembelian, *Tangibility*, *Reability*, *Responsiveness*, *Empathy*, *Assurance*, Wizzmie.

ABSTRACT

Lailatul Mubarrika

Thesis

The Influence of Service Quality on Wizzmie Purchasing Decisions in Surabaya

The growth of the culinary industry in Indonesia has triggered intense competition, including in the spicy noodle segment, which is currently popular among urban communities. The rapid expansion of Wizzmie in Surabaya, despite its higher product prices compared to competitors such as Mie Gacoan, indicates that factors other than price also influence purchasing decisions. This study aims to examine the influence of service quality, including tangibility, reliability, responsiveness, empathy, and assurance, on purchasing decisions at Wizzmie Surabaya. This study used a quantitative causality method. Data were collected through questionnaires from 100 respondents and analyzed using multiple linear regression using SPSS. The results showed that tangibility and responsiveness had a positive and significant effect on purchasing decisions, while reliability, empathy, and assurance showed a positive but insignificant effect. This study confirms that visual aspects and speed of service are the main determinants in driving consumer purchasing behavior. Therefore, improving the quality of physical service and staff responsiveness is a priority strategy to strengthen Wizzmie's competitiveness in the Surabaya culinary market.

Keywords: Purchasing decisions, Tangibility, Reliability, Responsiveness, Empathy, Assurance, Wizzmie.