

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA COFFEE SHOP
HIMALAYAN COFFEE**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh:

GALUH INDAH PERTIWI
NIM. 2108204196

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON
1446 H / 2025 M

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA COFFEE SHOP
HIMALAYAN COFFEE**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

1446 H / 2025 M

ABSTRAK

Galuh Indah Pertiwi. NIM 2108204196. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Himalayan Coffee, Skripsi 2025.

Dalam industri kuliner yang semakin kompetitif, terutama pada bisnis coffee shop, kualitas produk dan kualitas layanan menjadi faktor krusial yang memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan rasa dan tampilan produk, tetapi juga memperhatikan kenyamanan, keramahan, dan kecepatan pelayanan yang diberikan. Coffee Shop Himalayan Coffee sebagai salah satu pelaku usaha di sektor ini perlu memahami sejauh mana kedua faktor tersebut memengaruhi keputusan pembelian konsumen agar dapat mempertahankan eksistensinya dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada Coffee Shop Himalayan Coffee. Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan kausal komparatif dengan pengumpulan data yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen coffee shop Himalayan Coffee. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dengan total sampel sebanyak 100 responden. Analisis data dilakukan menggunakan metode regresi linear berganda.

Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai sebesar 2.091 dan nilai signifikansi sebesar 0,039. Kemudian kualitas layanan juga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dengan nilai sebesar 4.604 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan berdasarkan pada hasil uji simultan, maka dapat dinyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dinyatakan dengan nilai 56.357 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Kemudian pada koefisien determinasi mendapatkan nilai 0,528 atau 52,8%, hal ini menyatakan bahwa keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan kualitas layanan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Galuh Indah Pertiwi. NIM 2108204196. *The Influence of Product Quality and Service Quality on Purchase Decisions at Himalayan Coffee Shop*, Thesis 2025.

In the increasingly competitive culinary industry, especially in the coffee shop business, product quality and service quality are crucial factors that influence consumer decisions in making purchases. Consumers not only consider the taste and appearance of the product, but also pay attention to the comfort, friendliness, and speed of service provided. Himalayan Coffee Shop as one of the business actors in this sector needs to understand the extent to which these two factors influence consumer purchasing decisions in order to maintain their existence and increase customer loyalty.

This study aims to determine the influence of product quality and service quality on purchase decisions at Himalayan Coffee Shop. This study applies a quantitative method with a comparative causal approach with data collection carried out through the distribution of questionnaires to Himalayan Coffee coffee shop consumers. The data used in this study is in the form of primary data with a total sample of 100 respondents. Data analysis was carried out using multiple linear regression methods.

The results of the study stated that product quality had a partial effect on the purchase decision, this was evidenced by a value of 2.091 and a significance value of 0.039. Then the quality of service also has a partial effect on the purchase decision, as evidenced by a score of 4,604 with a significance value of 0.000. Meanwhile, based on the results of simultaneous tests, it can be stated that product quality and service quality have a combined effect on purchase decisions. This can be expressed with a value of 56,357 and a significance value of 0.000. Then the determination coefficient gets a value of 0.528 or 52.8%, this states that the purchase decision can be explained by the variables of product quality and service quality.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Purchase Decision

الملخص

غلوه انداه فرتيوي. 2108204196 نيم. تأثير جودة المنتج وجودة الخدمة على قرارات الشراء في مقهى الهيمالايا ، أطروحة 2025.

في صناعة الطهي التنافسية بشكل متزايد ، خاصة في أعمال المقاهي ، تعد جودة المنتج وجودة الخدمة من العوامل الحاسمة التي تؤثر على قرارات المستهلك في إجراء عمليات الشراء. لا يأخذ المستهلكون في الاعتبار طعم المنتج ومظهره فحسب ، بل يهتمون أيضا بالراحة والود وسرعة الخدمة المقدمة. يحتاج مقهى الهيمالايا كأحد الجهات الفاعلة التجارية في هذا القطاع إلى فهم مدى تأثير هذين العاملين على قرارات شراء المستهلك من أجل الحفاظ على وجودهم وزيادة ولاء العملاء. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير جودة المنتج وجودة الخدمة على قرارات الشراء في مقهى هيمالايا. تطبق هذه الدراسة طريقة كمية مع نهج سببي مقارنة مع جمع البيانات التي يتم إجراؤها من خلال توزيع الاستبيانات على مستهلكي مقهى الهيمالايا. البيانات المستخدمة في هذه الدراسة هي في شكل بيانات أولية مع عينة إجمالية من 100 مستجيب. تم تحليل البيانات باستخدام طرق انحدار خطي متعددة. ذكرت نتائج الدراسة أن جودة المنتج كان لها تأثير جزئي على قرار الشراء ، وقد تجلى ذلك بقيمة 2.091 بقيمة دلالة 0.039. ثم يكون لجودة الخدمة أيضا تأثير جزئي على قرار الشراء ، كما يتضح من درجة 4,604 بقيمة دلالة 0.000. وفي الوقت نفسه ، بناء على نتائج الاختبارات المتزامنة ، يمكن القول أن جودة المنتج وجودة الخدمة لهما تأثير مشترك على قرارات الشراء. يمكن التعبير عن ذلك بقيمة 56,357 بقيمة دلالة 0.000. ثم يحصل معامل التحديد على قيمة 0.528 أو 52.8٪ ، وهذا ينص على أنه يمكن تفسير قرار الشراء بمتغيرات جودة المنتج وجودة الخدمة.

الكلمات البحث : جودة المنتج ، جودة الخدمة ، قرار الشراء

LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA COFFEE SHOP
HIMALAYAN COFFEE

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

GALUH INDAH PERTIWI

NIM. 2108204196

Menyetujui:

Pembimbing I,



Dr. Abdul Nasir, M.E.Sy.

NIP: 198904212020121006

Pembimbing II,



Dr. Layaman, S.E., M.Si

NIP: 196811232000031001

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,



Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag

NIP : 19731223 200701 1 022

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

UIN Siber Syekh Nurjati

Di Cirebon

Assalāmu`alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/i Galuh Indah Pertiwi, NIM: 2108204196 dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Himalayan coffee”**, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosyahkan.

Wassalāmu`alaikum Wr.Wb

Menyetujui:

Pembimbing I,



Dr. Abdul Nasir, M.E.Sy.

NIP: 198904212020121006

Pembimbing II,



Dr. Layanar, S.E., M.Si

NIP: 196811232000031001

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,



Achmad Otong Busthomi, L.c., M.Ag

NIP : 19731223 200701 1 022

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Himalayan coffee”**. Oleh Galuh Indah Pertiwi, NIM: 2108204196, telah diajukan dalam sidang Munaqosah Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 19 Juni 2025.

Skripsi sudah diterima sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) pada Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqosah :

Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang,



Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag
NIP : 19731223 200701 1 022

Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si

NIP: 19731125 201411 1 002

Penguji I,

Penguji II,

Ila Navilah, S.Sos., M.E.Sy

NIP:198602232017103201

H. Nursyamsudin, M.A.

NIP: 197108162003121002

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Galuh Indah Pertiwi

NIM : 2108204196

Tempat, Tanggal : Cirebon, 12 November 2001

Lahir

Alamat : Desa Sampiran Blok. Benjaran RT01/RW06
Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Himalayan coffee”**. Ini beserta isinya adalah benar-benar karya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

Cirebon, 19 Juni 2025
Pembuat Pernyataan,



Galuh Indah Pertiwi
NIM: 2108204196

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Galuh Indah Pertiwi, lahir di Cirebon pada tanggal 12 November 2001. Penulis merupakan anak kandung dari pasangan bapak Agusman dan ibu Junaenah yang merupakan anak pertama dari 3 (tiga) bersaudara. Penulis bertempat tinggal di Desa Sampiran Blok Benjaran rt/01 rw/06 Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon, Jawa Barat.

Jenjang Pendidikan formal yang pernah di tempuh oleh penulis yaitu sebagai berikut:

1. TK Maslichah
2. SDN 2 Sampiran
3. SMPN 1 Talun
4. SMAN 5 KOTA CIREBON

Penulis mengikuti program S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah di UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon dan mengambil judul skripsi: “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Himalayan Coffee” dibawah bimbingan bapak Dr. Abdul Nasir, ME.Sy dan Dr. Layaman, S.E., M.Si

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

MOTTO

**“HIDUP ADALAH PERJALANAN, DI MANA BELAJAR DAN BERMAIN,
BEKERJA DAN BERJUANG, SEHINGGA AKU MENEMUKAN MAKNA
ARTI KEHIDUPAN”**



KATA PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim,

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, inayah dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai yang diharapkan. Sholawat serta salam semoga tercurahkan pada baginda Nabi Muhammad SAW.

Karya sederhana ini kupersembahkan dengan sepenuh hati kepada sosok paling berjasa dalam hidupku, Bapak Agusman Terima kasih atas dedikasi dan kerja kerasmu, yang setiap hari tanpa kenal lelah bekerja dari pagi hingga sore demi masa depan anakmu. Ketabahan dan ketulusanmu menjadi sumber semangat dan teladan yang selalu kupegang dalam menyelesaikan perjalanan ini. Semoga karya ini menjadi ungkapan kecil atas rasa hormat dan cintaku yang mendalam.

Tak lupa, dengan rasa syukur yang tak terhingga, kupersembahkan pula karya ini kepada Ibuku tercinta, Junaenah. Sosok luar biasa yang sejak pagi buta telah menyiapkan bekal dan makanan hangat untukku, sebelum kemudian melanjutkan perjuangan bekerja dari pagi hingga malam tanpa mengenal lelah. Segala ketulusan, keikhlasan, dan kasih sayangmu menjadi kekuatan terbesar dalam setiap langkahku. Semoga karya ini menjadi ungkapan syukur dan cinta atas segala pengorbananmu yang tak ternilai. Semoga hasil ini mampu menggambarkan betapa besar penghargaan dan kasihku kepadamu.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Assalāmu 'alaikum Wr.Wb

Segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Himalayan coffee”** ini dapat diselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam semoga tercurah limpahkan kepada Nabi besar Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya serta orang-orang yang selalu mengikuti sunnahnya.

Penulisan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon. Proses penelitian dan penyusunan skripsi ini dapat terlaksana dengan lancar berkat dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. Didi Sukardi, M.H, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E.,M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
5. Bapak Dr. Abdul Nasir, S.E.,M.Sy, selaku Dosen Pembimbing I Skripsi terimakasih atas segala kesediaan waktu dan keikhlasannya dalam membimbing dan memberikan arahan.
6. Bapak Dr. Layaman, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing II Skripsi terimakasih banyak telah meluangkan waktunya untuk terus membimbing dan memotivasi, memberikan arahan.

7. Kepala dan Staff perpustakaan UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon yang telah memudahkan penulis untuk mendapatkan berbagai referensi dalam penyelesaian skripsi.
8. Kepada Himalayan Coffee, terima kasih telah memberikan izin penelitian, memberikan masukan dan arahan sehingga skripsi ini selesai dengan baik.
9. Terhadap semua pihak yang terlibat selama penyusunan skripsi ini: konsumen Himalayan Coffee yang bersedia menjadi responden dalam penelitian skripsi ini terima kasih atas bantuannya, semoga hal tersebut menjadi amal ibadah dan mendapatkan pahala dari Allah SWT.
10. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri. Galuh Indah Pertiwi. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini. Terimakasih sudah berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau sering kali merasa putus asa apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terimakasih tetap menjadi manusia yang selalu berusaha dan tidak Lelah mencoba. Terimakasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah melaksanakan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun berada, Galuh. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang membantu. Semoga segala bantuan yang telah diberikan menjadi amal ibadah dan mendapatkan imbalan pahala dari Allah SWT. Penulis sepenuhnya menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karenanya, diharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Terakhir, semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Wassalāmu'alaikum Wr.Wb



Cirebon, 24 Juni 2025

Galuh Indah Pertiwi
NIM: 2108204196

PEDOMAN LITERASI

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama serta Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Uraian secara garis besarnya sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Fonen konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, sedangkan dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah ini merupakan tabel daftar huruf Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	Ṣ	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik dibawah)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘Ain	—‘	Apostraf terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa’	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	—’	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanda diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal (monoftong) dan vokal rangkap (difting). Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, yaitu fathah (—) untuk vokal a, kasroh (—) untuk vokal i, dan dhummah (—) untuk vokal u. Vokal rangkap bahasa Arab lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf yaitu au yaitu harakat a (fathah) diikuti wawu (و) sukun (mati), dan ai yaitu harakat a (fathah) diiringi huruf ya’ (ي) sukun (mati).

Contoh vokal tunggal: كَسَرَ ditulis kasara

Contoh vokal rangkap:

Fathah + yā’ tanpa dua titik yang dimatikan ditulis ai (أي).

Contoh: كَيْفَ ditulis kaifa

Fathah + wāwu mati ditulis au (او).

Contoh: هَوْلٌ ditulis haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang di dalam bahasa Arab dilambangkan dengan harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda. Vokal panjang ditulis, masing-masing dengan tanda hubung (-) di atasnya.

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...	Fathah dan alif	Â	a dengan garis di atas
ي...	Atau fathah dan ya		
ي...	Kasrah dan ya	Î	i dengan garis di atas
و...	Dammah dan wau	Û	u dengan garis di atas

Contoh: قَالَ ditulis qâla
 قِيلَ ditulis qîla
 يَقُولُ ditulis yaqûlu

D. Ta' marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu : ta' marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan ta' marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh: رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ ditulis *raudah al-atfāl*

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ ditulis *raudatul atfāl*

E. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid, dalam transliterasi ini dilambangkan dengan pengulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Jika huruf **ي** ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah **يِ**, maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah (i).

Contoh: رَبَّنَا ditulis rabbanâ

الْحُدُّ ditulis al-ḥaddu

F. Kata Sandang Alif + Lam (ال)

Transliterasi kata sandang dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

1. Kata sandang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu atau huruf lam diganti dengan huruf yang mengikutinya.

Contoh: الرَّجُلُ ditulis ar-rajulu

الشَّمْسُ ditulis as-syamsu

2. Kata sandang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditulis *al-*.

Contoh: الْمَلِكُ ditulis al-Maliku

الْقَلَمُ ditulis al-qalamu

G. Hamzah

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir kata, maka ditulis dengan tanda apostrof (').

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara, bisa terpisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Ditulis: Wa innallâha lahuwa khair al-râziqîn atau Wa innallâha lahuwa khairurrâziqîn,

I. Huruf Kapital

Walaupun dalam sistem huruf Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf kapital tetap digunakan. Penggunaan huruf kapital sesuai dengan EYD, di antaranya huruf kapital digunakan untuk penulisan huruf awal, nama diri, dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf / harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh: البُخَارِي ditulis al-Bukhârî
 البَيْهَقِي ditulis al-Baihaqî



DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
المخلص	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
NOTA DINAS.....	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	ix
MOTTO	x
KATA PERSEMBAHAN	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
PEDOMAN LITERASI.....	xv
DAFTAR ISI.....	xx
DAFTAR TABEL.....	xxiii
DAFTAR GAMBAR.....	xxiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi masalah	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Teoritis.....	6
2. Manfaat Praktis.	7
G. Sistematika penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Perilaku Konsumen	9
B. Kualitas Produk.....	9
1. Definisi Kualitas Produk.....	9

2.	Indikator Kualitas Produk	11
3.	Kualitas Produk Menurut Perspektif Islam	12
C.	Kualitas layanan	13
1.	Definisi Kualitas Layanan	13
2.	Indikator Kualitas Layanan	14
3.	Kualitas Layanan Menurut Perspektif Islam	15
D.	Keputusan Pembelian	16
1.	Definisi Keputusan pembelian	16
2.	Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	17
3.	Indikator Keputusan Pembelian	17
4.	Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Islam	18
E.	Penelitian Terdahulu	19
F.	Kerangka Berfikir	25
G.	Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODELOGI PENELITIAN		29
A.	Tempat dan Waktu Penelitian	29
B.	Metode dan Pendekatan Penelitian	29
C.	Sumber Data	30
D.	Teknik Pengumpulan Data	30
E.	Populasi dan Sampel	31
F.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	33
1.	Variabel Penelitian	33
2.	Definisi Operasional	34
G.	Uji Instrumen Penelitian	35
H.	Uji Asumsi Klasik	37
I.	Analisis Regresi Linear Berganda	39
J.	Uji Hipotesis	39
BAB IV PEMBAHASAN		42
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	42
1.	Profil Himalayan Coffee	42
2.	Visi-Misi	48

B. Hasil Penelitian	49
1. Karakteristik Responden	49
2. Uji Instrumen Penelitian	51
3. Distribusi Frekuensi Variabel	55
4. Uji Asumsi Klasik	57
5. Uji Regresi Linear Berganda.....	62
6. Uji Hipotesis.....	64
C. Pembahasan.....	66
1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Coffee Shop Himalayan Coffee	66
2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop Himalayan Coffee	68
3. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Himalayan Coffee.....	70
BAB V PENUTUP	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN-LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pengunjung Himalayan Coffee Pada Bulan Januari – November 2024	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Data Pengunjung Himalayan Coffee Bulan Januari – November 2024.....	31
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Penelitian.....	34
Tabel 3. 3 Skala Likert	36
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	50
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (XI)	52
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan (X2)	53
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	53
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel X1, X2, dan Y	54
Tabel 4. 9 Hasil Dsitribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X1)	55
Tabel 4. 10 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Layanan (X2)	56
Tabel 4. 11 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	57
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas Variabel X1, X2, dan Y	58
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas Instrumen Variabel X1, X2, dan Y	59
Tabel 4. 14 Uji Analisis Regresi Linear Berganda Instumen Variabel X1,X2, Y	63
Tabel 4. 15 Hasil Uji T Parsial Instrumen Variabel X1, X2 dan Y	64
Tabel 4. 16 Hasil Uji F Simultan Instrumen Variabel X1, X2, dan Y	65
Tabel 4. 17 Hasil Uji Determinas (R2) Instrumen Variabel X1, X2, dan Y	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	26
Gambar 4. 1 Logo Himalayan Coffee	42
Gambar 4. 2 Tempat Indoor dan Outdoor Himalayan Coffee	43
Gambar 4.3 Tampak Depan Himalayan Coffee	43
Gambar 4.4 Makanan dan Minuman Himalayan Coffee	44
Gambar 4.5 Dessert Himalayan Coffe	45
Gambar 4.6 Live Music Himalayan Coffee	46
Gambar 4. 5 Hasil Uji Heterokedastisitas Instrumen Variabel X1, X2, dan Y.....	60

