

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Penelitian

1.1.1 Jenis Usaha, Nama Perusahaan dan Lokasi Perusahaan

ForesThree adalah salah satu *coffee shop* yang memiliki 55 *outlet* di seluruh Indonesia. *Outlet* terbanyak berada di kawasan Sumatra dan Jawa, sisanya berada di Bali dan Kalimantan. Di Bukittinggi sendiri terdapat 2 *outlet* ForesThree, yang pertama adalah ForesThree Coffee yang berada di Jl. Dr. A Rivai atau disekitar Rumah Sakit Achmad Mochtar Bukittinggi. Sementara itu cabang yang baru memiliki konsep *coffee shop* sekaligus restoran oleh karena itu namanya Foresthree Coffee & Kitchen x Kalis yang beralamat di Jl. H. Burhan No.17, Birugo Tengah Jua.

1.1.2 Logo Perusahaan

Berikut Logo Foresthree Coffee.



Gambar 1. 1 Logo Foresthree Coffe

Sumber: Storania.com

1.1.3 Nilai Perusahaan

Kedai kopi Foresthree memiliki makna yaitu “*Three of Life*” yang berarti sebuah pohon megah yang mempresentasikan 3 cabangnya yaitu kopi, the, dan buah. Foresthree memiliki faktor pembeda dengan *coffee shop* lainnya yaitu terletak pada kreasi warna warni tanpa batas serta kualitas yang disajikan. Hal ini sepadan dengan pemahaman pada sebuah pentingnya proses dalam seduhan rasa, juga semangat jiwa muda.

1.1.4 Produk dan Layanan

a. Produk

ForesThree Coffee and Kitchen x Kalis memberikan berbagai kebutuhan masyarakat pada bidang kuliner yaitu mulai dari jenis kopi, makanan, minuman, dan cemilan. ForesThree Coffee and Kitchen x Kalis juga mempersiapkan tempat yang semenarik mungkin bagi pengunjung baik bersama keluarga maupun teman. ForesThree ini juga cocok untuk bagi yang ingin bersantai atau menghabiskan waktu luang.

b. Layanan

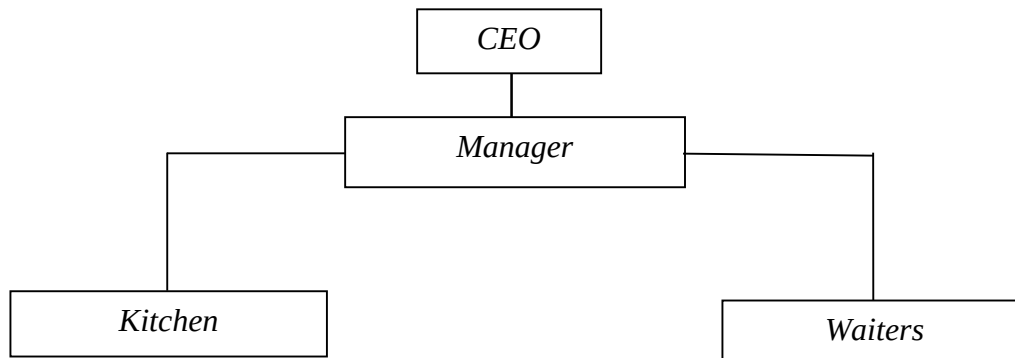
Untuk melihat layanan yang diberikan oleh ForesThree Coffee and Kitchen x Kalis dapat diakses melalui Instagram @foresthreecoffee.bukittinggi yang memudahkan pelanggan untuk melihat informasi seputar ForesThree Bukittinggi.

1.1.5 Pengelolaan Sumber Daya

a. Pengelolaan Sumber Daya Manusia

ForesThree Coffee and Kitchen x Kalis memberikan kenyamanan bagi para karyawannya dengan memberikan fasilitas yang memuaskan, seperti ruang istirahat dan tempat ibadah. Pelayanan terhadap pelanggan pun sangat ramah sehingga membuat pelanggan betah untuk kembali lagi kesana.

b. Struktur Organisasi



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi Forestthree X Kalis Bukittinggi

Sumber: Olahan Penulis, Maret 2022

Berikut rincian tugas dan wewenang jabatan masing-masing dari Forestthree Coffee and Kitchen x Kalis Bukittinggi.

a. *Chief Executive Officer*

Seseorang yang menempati posisi tertinggi dalam perusahaan.

b. *Manager*

Seseorang yang memiliki tanggung jawab untuk memberikan instruksi dalam mengarahkan usaha. Hal ini bertujuan untuk membantu organisasi dalam mencapai sasarannya.

c. *Kitchen*

Bertugas untuk melakukan *preparation* di bagian dapur dan semua hal yang berhubungan dengan makanan dan minuman.

d. *Waiters*

Seseorang yang memiliki tugas untuk melayani pengunjung, mempersiapkan *service equipment*, mengambil dan mengantarkan pesanan pada pengunjung.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Belakangan ini perkembangan *coffeshop* di Indonesia sangat tinggi. Usaha *coffeshop* di Indonesia akan terus berkembang dan semakin banyak peminatnya. Dibeberapa kota di Indonesia sudah mulai bermunculan *coffeeshop* yang unik mulai arsitektur bangunan hingga minumannya yang unik. *Coffeshop* saat ini bukan hanya sebagai gaya hidup melainkan juga sebagai kebutuhan bagi pecinta minuman berkafein ini.

Berkumpul di *coffeshop* bersama teman sering dilakukan oleh masyarakat sebagai ajang untuk melepaskan rasa lelah. Belakangan ini, banyak *coffeeshop* yang mendisain bangunannya agar lebih menarik dan memberikan kondisi yang membuat pelanggan nyaman untuk menarik perhatian pelanggan. Disamping itu pengaruh harga yang terjangkau dan kualitas pelayanan yang baik memberikan pengaruh yang besar agar pelanggan melakukan pembelian.

Kebiasaan pelanggan yang mengerjakan pekerjaan sehari-hari hingga larut malam membuat keberadaan *coffeshop* menjadi salah satu tujuan masyarakat untuk melanjutkan pekerjaannya selain di kantor, selain untuk mengganti suasana juga sebagai penghilang rasa lelah.

Kebiasaan masyarakat yang seperti ini memberikan dampak yang besar terhadap omset yang didapatkan *coffeeshop*.

Bisa dikatakan bahwa *coffee shop* memiliki pengaruh yang besar terhadap gaya hidup penduduk di kota-kota besar. Dulunya *coffee shop* hanya identik dengan tempat kedai kecil. Sekarang ini *coffee shop* telah menjadi tempat untuk bertemu dengan teman, keluarga dan *client* sekalipun, baik untuk sekedar minum, ngobrol, maupun membahas berbagai hal yang ingin dibahas sekalipun. *Coffee shop* merupakan tempat alternatif bagi mereka yang hidup dalam budaya perkotaan yang modern.

Perubahan gaya hidup masyarakat membuat para pelaku usaha di bidang *coffee* menjadikan ini sebagai peluang untuk membangun sebuah *coffee shop*. Kemunculan *coffee shop* ini juga menjadi *trend* di sebagian wilayah Sumatera, salah satunya adalah Kota Bukittinggi. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya bermunculan *coffe shop* baru di tiap sudut kota. Banyaknya masyarakat yang mengunjungi *coffee shop* salah satunya dikarenakan oleh tempat yang bersih dan nyaman, selain itu juga melihat kepada harga *coffee* yang ditawarkan, kualitas pelayanan yang diberikan, dan lokasi yang strategis.



Gambar 1. 3 Suasana Forestree X Kalis Bukittinggi

Sumber: Olahan Penulis, Maret 2022

Tabel 1. 1 Jumlah Restoran Di Sumatera Barat

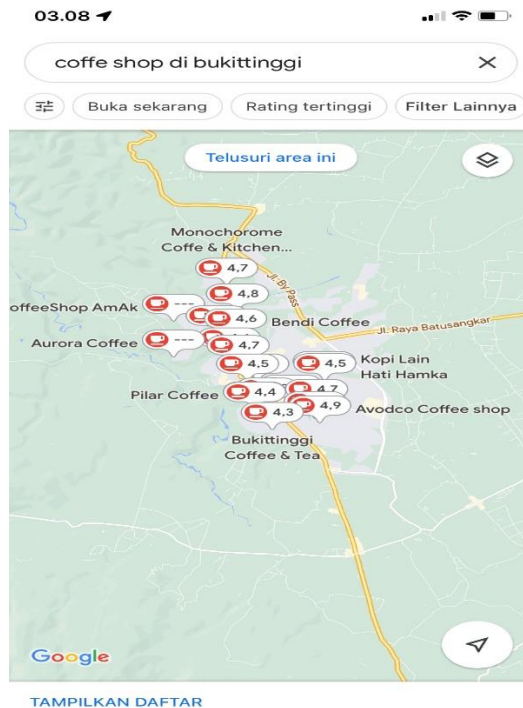
Kabupaten/Kota	Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kabupaten Kota Di Provinsi Sumatera Barat		
	2019	2020	2021
Kab. Kepulauan Mentawai	27	28	34
Kab. Pesisir Selatan	146	137	146
Kab. Solok	67	89	89
Kab. Sijunjung	119	48	133
Kab. Tanah Datar	40	41	41
Kab. Padang Pariaman	58	54	59
Kab. Agam	113	54	56
Kab. Limapuluh Kota	40	57	42
Kab. Pasaman	47	47	47
Kab. Solok Selatan	57	48	64
Kab. Dharmasraya	60	62	23
Kab. Pasaman Barat	93	80	86
Kota Padang	336	318	203
Kota Solok	44	38	46
Kota Sawahlunto	57	46	68
Kota Padang Panjang	81	76	81
Kota Bukittinggi	63	61	50
Kota Payakumbuh	81	30	188
Kota Pariaman	65	65	90
Provinsi Sumatera Barat	1.594	1.379	1.546

Sumber: Olahan Penulis, Maret 2022

Semakin besar peluang *coffee shop* saat ini maka semakin besar juga persaingan yang mengancam. Tidak sedikit bisnis *coffee shop* maupun restoran yang bangkrut karena tidak bisa mengikuti persaingan dan tidak mengamati perubahan yang terjadi pada pasar. Maka dari itu pelaku bisnis harus mampu menerapkan ide-ide kreatif dan melakukan inovasi agar produk yang ditawarkan menarik bagi konsumen. Dilihat berdasarkan tabel diatas, Bukittinggi mengalami penurunan dimana jumlah restoran yang cukup signifikan dalam rentang waktu tiga tahun terakhir dari tahun 2019 sampai 2021 sebanyak 20% dari jumlah awal sebanyak 63 restoran menjadi 50 restoran pada tahun 2021.

Penurunan jumlah restoran yang ada di Kota Bukittinggi tersebut membuat pebisnis yang menjalankan usaha dibidang makan dan minuman dituntut harus berfikir keras agar usaha yang mereka jalani tidak bangkrut ditengah situasi pandemi yang terjadi saat ini. Forestthree x Kalis Bukittinggi juga termasuk *coffe shop* yang juga dituntut harus berfikir keras agar pendapatan yang didapatkan oleh Forestthree tidak turun selama masa pandemi yang terjadi. Beberapa hal yang dilakukan Forestthree yaitu dengan memberikan harga makanan dan minuman yang sesuai dengan pendapatan masyarakat yang turun akibat dari pandemic covid 19 yang terjadi saat ini. Faktor yang membuat beberapa restoran menjadi bangkrut yaitu karena tidak mampu menggaji karyawan yang bekerja di restoran tersebut karena pendapatan yang menurun setiap bulannya. Beberapa restoran mengatasi kebangkrutan tersebut dengan mengurangi jumlah karyawan yang bekerja sebelumnya. Hal tersebut dilakukan agar beban restoran dalam menggaji karyawan bisa berkurang sehingga pendapatan restoran tersebut jauh lebih baik dari sebelumnya, akan tetapi karena hal tersebut menimbulkan beberapa permasalahan baru, salah satunya yaitu dalam hal kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menjadi berkurang karena yang biasanya satu karyawan mengerjakan satu pekerjaan sehingga pekerjaan tersebut bisa dikerjakan dengan cepat, akan tetapi karena pemecatan karyawan yang terjadi akibatnya satu karyawan harus mengerjakan dua pekerjaan sekaligus yang dimana pekerjaan tersebut memakan waktu yang lebih dari biasanya. Salah satu hal yang selalu menjadi perhatian konsumen saat mengunjungi restoran yaitu kualitas pelayanan yang diberikan oleh restoran tersebut. Apabila pelayanan yang diberikan sangat baik maka konsumen akan tertarik untuk kembali mengunjungi restoran tersebut dilain waktu, akan tetapi sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan kurang baik atau sangat kurang maka yaitu minat konsumen untuk melakukan pembelian di restoran tersebut menjadi berkurang, apabila hal tersebut terus terjadi maka bisa saja restoran tersebut menjadi bangkrut karena tidak adanya pemasukan.

Kota Bukittinggi merupakan kota wisata di Sumatera Barat, Indonesia. Kota Bukittinggi merupakan kota dengan jumlah penduduk yang tercatat ada 121.028 jiwa pada tahun 2020. Tingginya pertumbuhan penduduk Kota Bukittinggi dimanfaatkan oleh pelaku bisnis dengan mendirikan berbagai macam *coffee shop*. Banyaknya bermunculan *coffee shop* baru sehingga menjadi salah satu faktor pendorong terciptanya persaingan ketat di dunia bisnis belakangan ini termasuk di Kota Bukittinggi. Kehadiran *coffee shop* baru membuat konsumen memiliki pilihan minuman *coffe* yang semakin banyak. Namun disisi lain, kehadiran *coffee shop* baru otomatis akan menambah ketat persaingan usaha di bidang minuman.



Gambar 1. 4 Coffee shop di Bukittinggi

Sumber: *Google Maps*

Dengan semakin tingginya persaingan bisnis bidang *coffee* di Kota Bukittinggi, hal tersebut menuntut para pelaku bisnis untuk berpikir kreatif dalam menjalankan strategi yang tepat agar dapat dan mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Pelaku usaha *coffee* shop juga harus terus melakukan inovasi pada produknya. Hal ini juga dilakukan untuk menarik perhatian pengunjung dan mempertahankan pelanggan.

Fenomena mengenai usaha dibidang minuman yang berkonsep *coffee shop* di kalangan masyarakat, menimbulkan beberapa pelaku usaha *coffe* menawarkan konsep berbeda-beda. Salah satu dari sekian banyak *coffee shop* yang tersebar di Kota Bukittinggi yang menawarkan konsep berbeda adalah Forestthree yang berlokasi di Jl. H. Burhan No. 17, Birugo Tengah Jua, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat. *Coffee shop* ini menawarkan menu minuman *coffee* yang biasanya juga dapat ditemukan di *coffee shop* lain. Namun ada beberapa menu yang tidak bisa ditemui di *coffee shop* lain, dan harga yang ditawarkan Forestthree pun mampu bersaing dengan kompetitornya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Forestthree, kelebihan yang dimiliki oleh Forestthree dengan *coffee* lainnya adalah harga yang ditawarkan sangat terjangkau baik bagi kalangan menengah keatas dan menengah kebawah sekalipun. Forestthree juga berusaha memberikan kenyamanan kepada konsumen dengan menyediakan tempat minuman yang bersih dan nyaman serta pelayanan yang bagus. Sehingga konsumen bisa menikmati minuman dan bercengkrama dengan teman dan keluarga dengan nyaman dan santai. Forestthree memiliki lokasi yang mudah ditemui, memiliki tempat parkir yang luas, menyediakan mushola, juga memiliki ruang VIP. Berdasarkan hal tersebut bisa dikatakan bahwa Forestthree memberikan pelayanan yang cukup memuaskan konsumen yang mengunjungi Forestthree.

Dengan harga menu minuman dan makanan serta kualitas pelayanan yang ditawarkan, hal tersebut yang menjadi pembeda antara Forestthree dengan tempat *coffee shop* lainnya. Ini ditujukan untuk memaksimalkan pembelian pelanggan. Akan tetapi apa yang diharapkan tidak selalu sesuai dengan kenyataan yang terjadi, hal tersebut dapat dilihat dari penurunan harga yang terjadi pada tabel berikut:

Tabel 1. 2 Jumlah Pendapatan *Coffee Shop* Forestthree x Kalis 2021

Bulan	Kelompok	Penjualan (Rp)	Total Penjualan
Januari	Minuman	78.325.000	143.125.000
	Makanan	64.800.000	
Februari	Minuman	72.500.000	121.100.000
	Makanan	48.600.000	
Maret	Minuman	85.450.000	147.250.000
	Makanan	61.800.000	
April	Minuman	67.725.000	121.275.000
	Makanan	53.550.000	
Mei	Minuman	74.750.000	119.100.000
	Makanan	44.350.000	
Juni	Minuman	82.250.000	149.150.000
	Makanan	66.900.000	

Juli	Minuman	92.695.000	170.155.000
	Makanan	77.460.000	
Agustus	Minuman	105.550.000	194.800.000
	Makanan	89.250.000	
September	Minuman	97.425.000	171.375.000
	Makanan	73.950.000	
Oktober	Minuman	92.855.000	181.330.000
	Makanan	88.475.000	
November	Minuman	89.350.000	170.675.000
	Makanan	81.325.000	
Desember	Minuman	122.300.000	220.750.000
	Makanan	98.450.000	

Sumber: Data Penjualan Forestthree x Kalis Bukittinggi (2022)

Peningkatan pendapatan pasca terjadinya covid-19 terjadi pada bulan Agustus dan Desember yang disebabkan karena sudah berakhirnya masa PSBB covid-19 di Kota Bukittinggi, sehingga banyak masyarakat yang sudah mulai aktif kembali keluar rumah baik untuk bekerja, bertemu teman dan keluarga, nongkrong dan untuk sekedar minum di *coffee shop*. Selain itu hal ini juga disebabkan oleh ketatnya protoKol kesehatan yang diterapkan oleh Forestthree seperti menyediakan keran dan sabun cuci tangan, adanya pengecekan suhu sebelum masuk dan melakukan jarak antar meja.

Dengan banyaknya pilihan *coffee shop* yang ada di Kota Bukittinggi, banyak hal yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih *coffee shop* tertentu. Tiap tiap konsumen memiliki harapan atau kriteria yang sesuai dengan keinginan. Harapan yang dimiliki seseorang konsumen tidaklah dapat mendorong mereka untuk tertarik membeli. Harapan tersebut harus dapat dipengaruhi sehingga akan menimbulkan tindakan dalam bentuk pembelian.

Saat ini, harga yang ditawarkan dan kualitas pelayanan yang diberikan menjadi alasan utama konsumen untuk memilih sebuah *coffee shop*. Harga memiliki peran yang sangat penting

dalam pengambilan keputusan pembelian, sebaiknya perusahaan melihat beberapa referensi harga suatu produk yang dinilai cukup tinggi dalam penjualan (Setyaningrum, Arief, dkk 2015 hal:128). Tinggi rendahnya harga yang ditawarkan kepada konsumen menjadi pertimbangan khusus sebelum mereka memutuskan untuk membeli suatu. Dalam keputusan pembelian, konsumen akan mencari tahu mengenai harga yang ditawarkan dan mencari produk atau jasa yang harganya paling sesuai dengan manfaat yang ditawarkan oleh produk atau jasa tersebut serta sesuai juga dengan kemampuan membelinya.

Dilihat dari hasil penejelasan diatas, penulis terlebih dahulu melakukan survei terhadap 30 konsumen *coffee shop* Forestthree x Kalis Bukittinggi. Suvei dilaksanakan secara acak dengan dengan tanggapan responden terkait alasan mereka melakukan keputusan pembelian, anantara lain sebagai berikut:

Tabel 1. 3 Survey Alasan Pembelian Pada Forestthree x Kalis

NO	Pertanyaan	Total Skor	
		Iya	Tidak
1	Apakah anda sering mengunjungi di Forestthree x Kalis Bukittinggi	63,3% (19)	36,7% (11)
2	Harga Terjangkau	86,7% (26)	13,3% (4)
3	Karyawan Forestthree x kalis memiliki sikap ramah kepada konsumen	73,3% (22)	26,7% (8)
4	Menu yang dimiliki sangat beragam	96,7% (29)	3,33%

Sumber: Olahan penulis (2022)

Dilihat dari tabel 1.3 diatas didapatkan informasi bahwa sebanyak 63,3% responden memberikan pernyataan bahwa mereka sering melakukan pembelian di Forestthree x Kalis, sedangkan 37,7% responden mengatakan mereka tidak terlalu sering melakukan pembelian di Forestthree x Kalis Bukittinggi. Selain itu terdapat alasan mengapa konsumen sering melakukan

pembelian di Forestthree x Kalis karena harganya yang terjangkau yang memiliki persentase yaitu sebanyak 86,7%. Sedangkan untuk kualitas pelayanan memiliki persentase sebesar 73,3% karena karyawan mereka memiliki sikap ramah kepada konsumen serta menu makanan dan minuman sangat bervariasi dengan persentase sebesar 96,7%. Maka didapatkan kesimpulan bahwa konsumen melakukan pembelian di Forestthree x Kalis dikarenakan harga yang relatif terjangkau serta memiliki kualitas pelayanan yang bagus sehingga konsumen betah untuk mengunjunginya.

Berdasarkan survey pada tabel 1.3 diatas ditemukan sebuah masalah yang persentasenya masih rendah dibandingkan yang lain yaitu kualitas pelayanan dengan persentase yaitu 73,3% dimana karyawan Forestthree x Kalis memiliki sikap ramah kepada konsumen. Jadi selain harga yang relative terjangkau terdapat faktor lain yang memiliki pengaruh pada saat mengambil keputusan pembelian yaitu kualitas pelayanan.

Melihat dari sudut pandang uraian diatas faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sehingga konsumen menjadi puas yaitu faktor harga baik berupa kelayakan harga yang ditawarkan apakah sesuai dengan kondisi keuangan konsumen, rasa dan kualitas produk, serta tentunya kualitas pelayanan yang diberikan. Harga merupakan faktor yang sensitif jika dikaitkan dengan konsumen apabila konsumen tersebut memiliki penghasilan yang rendah maka konsumen akan melakukan pembelian sesuai dengan penghasilan agar bisa memenuhi kebutuhan dan kepuasannya. Maka dari itu faktor harga adalah hal yang penting sebagai pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian.

Faktor selanjutnya yaitu kualitas pelayanan. Pelayanan yang didapatkan konsumen Forestthree x Kalis membuat konsumen nyaman dimana setiap pelanggan yang datang bisa langsung memesan dan membayar pesanan mereka. Selanjutnya konsumen bisa langsung memilih tempat duduk mereka sebelum pesanan mereka diantarkan oleh *waiters* langsung ke tempat duduk mereka sesuai dengan nomor pesanan. Dengan pelayanan yang ramah konsumen akan merasa nyaman dan akan betah untuk kembali membeli makanan dan minuman diwaktu yang lain.

Pelayanan terbaik yang diberikan merupakan sebuah tolak ukur dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Pelayanan yang memuaskan akan mendapatkan citra yang baik dimata konsumen sehingga perusahaan tersebut akan dapat memasarkan produknya dengan baik. Pelayanan yang terjadi saat penjualan makanan, menawarkan produk, serta pelayanan atas resiko yang didapatkan saat memberikan makanan atau minuman tersebut (Sofyan, 2014).

Sehubungan dengan pembahasan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian untuk membuktikan apakah ada hubungan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sehingga penulis memilih judul : **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Forestthree x Kalis Bukittinggi)”**.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana Harga di ForesThree?
2. Bagaimana Kualitas Pelayanan di Forestthree?
3. Bagaimana Keputusan Pembeli Konsumen di Forestthree?
4. Seberapa besar pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian di Forestthree?

1.4 Tujuan Penelitian

Berikut tujuan dari penelitian ini.

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Harga di Forestthree.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis Kualits Pelayanan di Forestthree.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis Keputusan Pembelian Konsumen di Forestthree.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian di Forestthree.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelian ini nantinya agar dapat menjadi tambahan referensi pengetahuan tentang pemasaran khususnya mengenai harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Disamping itu agar nantinya penelitian ini menjadi bahan acuan untuk penelitian berikutnya pada bidang yang sama dalam penelitian ini.

1.5.2 Aspek Praktis

Diharapkan nantinya penelitian ini bisa dipakai untuk menjadi anjuran bagi perusahaan agar bisa meningkatkan strategi harga dan kualitas pelayanan yang digunakan perusahaan sehingga nantinya menciptakan daya tarik pelanggan untuk melakukan keputusan pembelian di Forestthree x Kalis Bukittinggi.

1.6 Waktu dan Periode Peneliti

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2022 sampai dengan Agustus 2022. Penelitian ini dilakukan di ForestThree yang berlokasi di Jl. H. Burhan No. 17, Birugo Tengah Jua, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat.

1.7 Sistematis Penulisan

Dalam mempermudah peneliti untuk memberikan arah serta gambaran materi yang terdapat dalam penulisan skripsi ini, maka peneliti membuat sistematika penulisan sebagai berikut.

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan dan sistematika penulisan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai landasan teori yang dipakai sebagai acuan dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka penelitian teoritis.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian dan sumber data, metode pengumpulan serta analisis.

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil dari penelitian serta analisis mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen di Forestthree x Kalis Bukittinggi

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian yang didapatkan serta saran-saran yang bisa dijadikan sebagai pertimbangan perusahaan dan pihak yang membutuhkan.