

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *ATMOSPHERE*
TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA MINIMARKET HANDAYANI DI SURABAYA**



Oleh :

**VIANA SERIANI
17110035**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERHOTELAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2021**

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *ATMOSPHERE TOKO* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MINIMARKET HANDAYANI DI SURABAYA



Oleh:

VIANA SERIANI

17110035

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERHOTELAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA

2021

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan
untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan
dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN ATMOSPHERE TOKO
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
MINIMARKET HANDAYANI DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



OLEH

VIANA SERIANI

17110035

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERHOTELAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA

SURABAYA

2021



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Viana Seriani
NPM : 17110035
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Pemasaran
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN ATMOSPHERE TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MINIMARKET HANDAYANI DI SURABAYA**

**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
PENYUSUNAN SKRIPSI JURUSAN MANAJEMAN**

Dosen Pendamping



(Citra Anggraini Tresyanto S.E., M.M)

Tanggal :

Mengetahui
Ketua Program Studi



(Lilik Indrawati, S.E., M.M)

Tanggal :

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Viana Seriani dengan NPM 17110035 telah di uji pada
hari Rabu, 11 Agustus 2021

Dinyatakan **LULUS** oleh :

Ketua Tim Pengaji

Dr. V. Ratna Inggawati, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Thyophoida W.S.P, M.M

Ketua Program Studi



Lilik Indrawati, S.E.,M.M

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**Pengaruh Kualitas Produk Harga dan *Atmosphere* Toko Terhadap
Keputusan Pembelian Konsumen Pada Minimarket Handayani Di Surabaya**

Telah diuji dan dipertahankan di depan

tim penguji skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika

Jurusan Manajemen Pemasaran

Pada Hari Rabu Tanggal 11 Agustus 2021

Di susun oleh

Nama : Viana Seriani

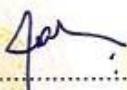
NPM : 17110035

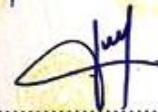
Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Tim Penguji :

Nama :

1. Dr. V. Ratna Inggawati,M.M. (ketua)..... 

2. Lilik Indrawati, S.E.,M.M (Penguji 1). 

3. Citra A. Tresyanto S.E.,M.M (Penguji 2). 



**KOPERASI PEGAWAI REPUBLIK INDONESIA KOPERTIS WILAYAH VII
(KP-RI KOPERTIS WILAYAH VII)**

Jl. Arief Rakhman Hakim No. 103 - Telp. (031) 5939703 - Kode Pos 60117
S U R A B A Y A

Nomor : 036/KP-RI/K7/VIII/2021
Lampiran : -
Perihal : Penulisan Tugas Akhir

08 AUG 2021

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi
UNIKA Darma Cendika
Jl. Dr. Ir. H. Soekarno No. 201
Surabaya.

Sehubungan dengan telah selesainya penelitian guna Penulisan Tugas Akhir dari saudari :

Nama : Viana Seriani
NPM : 17110035
Fakultas/Program Studi : Ekonomi / Menejemen

Bersama ini kami menerangkan bahwa Mahasiswi diatas benar telah melakukan penelitian dalam rangka Penulisan Tugas Akhir di KPRI KOPERTIS Wilayah VII, pada Unit Pertokoam.

Demikian surat kami ini untuk dipergunakan sebagaimana mestinya, atas perhatian dan kerjasmanyadiucapkan terima kasih.



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Viana Seriani
NPM : 17110035
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Manajemen
Alamat : Jl. Arief Rahman Hakim No.103 Kecamatan Sukolilo

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Atmosphere Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Minimarket Handayani Di Surabaya”**

merupakan karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal, *working paper* atau bentuk lainnya yang dipublikasikan secara umum. Skripsi ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada ini kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat desain penulisan.

Apabila kemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Demikian pernyataan saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Surabaya, Agustus 2021

Viana Seriani



ABSTRAK

Perkembangan bisnis ritel di Indonesia begitu pesat, yang berdampak pada semakin tingginya persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar pada dunia usaha saat ini, ritel moderen pada dasarnya perkembangan dari ritel tradisional. Minimarket Handayani adalah salah satu ritel moderen yang bergerak dibidang pembelian dan penjualan kebutuhan sehari-hari, perlatan rumah tangga dan kosmetik. Minimarket Handayani Surabaya di bentuk melalui KP-RI Kopertis wilayah VII dengan menggunakan modal KP-RI Kopertis. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Atmosphere* Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Minimarket Handayani Di Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen minimarket Handayani di Surabaya dengan sampel sebanyak 75 responden, pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarluaskan kepada konsumen minimarket Handayani. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling*. Berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan SPSS 25 adalah sebagai berikut, uji validitas yang dilakukan semua item pernyataan dikatakan valid dimana r hitung $>$ dari r tabel (0,2272) serta dalam uji reliabilitas nilai *cronbach alpha* pada semua variabel $> 0,060$ dan nilai koefisien determinasi R^2 0,600 dimana pada nilai *adjusted R square* sebesar 0,583 yang menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki kontribusi yang cukup terhadap keputusan pembelian konsumen minimarket Handayani di Surabaya. Uji normalitas pada model regresi memenuhi asumsi normal, dan uji heterokedasitsitas disimpulkan semua variabel tidak terjadi heterokedasitsitas. Hasil uji regresi linear berganda di peroleh $Y = -0,199 (Y) + 0,348 (X_1) + 0,330 (X_2) + 0,394 (X_3)$, hasil uji t diperoleh kualitas produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen (Y) dengan nilai t hitung $3,262 > t$ tabel (1.99394) signifikan $0,002 < 0,05$. Harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen (Y) dengan nilai t hitung $3,273 > t$ tabel (1.99394) dan signifikan $0,002 < 0,05$. *Atmosphere* toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) dengan nilai t hitung $3,938 > t$ tabel (1.99394) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, *Atmosphere* Toko dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

The development of the retail business in Indonesia is so rapid, which has an impact on increasing competition for market share in today's business world, modern retail is basically a development of traditional retail. Handayani Minimarket is one of the modern retailers engaged in buying and selling daily necessities, household appliances and cosmetics. Minimarket Handayani Surabaya was formed through KP-RI Kopertis region VII using the capital of KP-RI Kopertis. The purpose of this study was to determine the effect of product quality, price and store atmosphere on consumer purchasing decisions at the Handayani Minimarket in Surabaya. The population in this study were consumers of the Handayani minimarket in Surabaya with a sample of 75 respondents, data collection using a questionnaire distributed to consumers of the Handayani minimarket. In this research, the technique used is purposive sampling technique. Based on data processing using SPSS 25 is as follows, the validity test carried out by all statement items is said to be valid where r count from r table (0.2272) and in the reliability test the Cronbach alpha value on all variables 0.60 and the value of the coefficient of determination R square 0.600 where the adjusted R square value is 0.583 which shows that all independent variables have a sufficient contribution to consumer purchasing decisions at the Handayani minimarket in Surabaya. The normality test in the regression model met the normal assumptions, and the heteroscedasticity test concluded that all variables did not occur heteroscedasticity. The results of the multiple linear regression test were obtained $Y = -0.199 (Y) + 0.348 (X_1) + 0.330 (X_2) + 0.394 (X_3)$, the results of the t test obtained that product quality (X_1) had a significant effect on consumer purchasing decisions (Y) with a value of t count 3.262 t table (1.99394) significant 0.002 0.05. Price (X_2) has a significant effect on consumer purchasing decisions (Y) with a t value of 3.273 t babel (1.99394) and a significant 0.002 0.05. Store atmosphere has a significant effect on consumer purchasing decisions (Y) with a t value of 3.938 t table (1.99394) with a significant level of 0.000 0.05.

Keywords: Product Quality, Price, Store Atmosphere and Purchase Decision



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yamg Maha Esa atas rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul: “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Atmosphere* Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Minimarket Handayani Di Surabaya” Skripsi ini merupakan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana ekonomi (S.E) program strata satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika. Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Y. Budi Hermanto, M.M., selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
2. Ibu Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
3. Ibu Lilik Indrawati S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya dan penguji skripsi.
4. Ibu Citra Anggraini Tresyanto S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang selalu banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dr. V. Ratna Ingawati M.M., selaku Ketua Tim Penguji Skripsi yang sudah memberikan masukan dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Ari Peraja Tuah S.E., M.M., selaku Manajer Minimarket Handayani Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian di Minimarket Handayani.
7. Orangtua Tercinta (Papa Siprianus Nadi dan Mama Maria Janu) yang tidak pernah berhenti berdoa dan memberikan dukungan selama peneliti menyelesaikan skripsi ini.



8. Kakak-kakak peneliti (kak Eri, kak Reta, kak Marten, kak Lensi dan kak Ika) yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Grup pejuang Toga (Yuni, Ira, Ngano, Tari, Ensi) yang selalu menghibur peneliti disaat menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua orang yang tidak disebutkan peneliti yang ikut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dan pengalaman. Oleh karena itu peneliti dengan senang hati menerima keritik dan saran yang bersifat membangun. Akhir kata peneliti berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.



Surabaya, Juli 2021

Viana Seriani



DAFTAR ISI

Tanda Persetujuan	
Lembar Pengesahan	
Surat Pernyataan Keaslian	
Abstrak	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	iii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Praktis	7
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pengertian Kualitas Produk	8
2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk	9
2.1.3 Perspektif Terhadap Kualitas Produk	11
2.1.4 Indikator Kualitas Produk	11
2.2 Harga.....	12
2.2.1 Pengertian Harga	12
2.2.2 Tujuan Penetapan Harga	12
2.2.3 Indikator Harga	13

2.3 <i>Atmosphere</i> Toko	13
2.3.1 Pengertian <i>Atmosphere</i> toko	13
2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi <i>Atmosphere</i> Toko	14
2.3.3 Elemen-elemen <i>Atmosphere</i> toko	14
2.3.4 Indikator <i>Atmosphere</i> Toko	15
2.4 Keputusan Pembelian.....	16
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	16
2.4.2 Tahap-tahap Pengambilan Keputusan Pembelian.....	16
2.4.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	17
2.4.4 Indikator Keputusan Pembelian	19
2.5 Penelitian Terdahulu	19
2.5.1 Jurnal Penelitian	19
2.5.1.1 Penelitian Terdahulu I.....	19
2.5.1.2 Penelitian Terdahulu II.....	20
2.5.1.3 Penelitian Terdahulu II.....	22
2.5.1.4 Penelitian Terdahulu IV	23
2.5.1.5 Penelitian Terdahulu V	25
2.5.2 Pengaruh Antar Variabel.....	26
2.5.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.5.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.5.2.3 Pengaruh <i>Atmosphere</i> Toko Terhadap Keputusan pembelian.....	27
2.6 Kerangka Pemikiran	28
2.7 kerangka konseptual	29
2.8 Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Obyek Penelitian	31



3.2 Pendekatan Penelitian Sumber Data	31
3.2.1 Pendekatan Penelitian	31
3.2.2 Sumber Data	32
3.3 Variabel Penelitian.....	32
3.4 Definisi Oprasional Variabel	33
3.5 Populasi dan Sampel	35
3.5.1 Populasi.....	35
3.5.2 Sampel.....	35
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data.....	36
3.7.1 Metode Penelitian	36
3.7.1.1 Metode Kuesioner	36
3.7.1.2 Metode Observasi.....	37
3.7.2 Teknik Pengukuran Data	37
3.7.3 Teknik Analisis Data	38
3.7.3.1 Uji Validitas	38
3.7.3.2 Uji Reabilitas	38
3.7.3.3 Uji Asumsi Klasik	38
3.7.3.4 Uji Normalitas.....	39
3.7.3.5 Uji Multi Kolonieritas	39
3.7.3.6 Uji Multi Heteroskedastisitas	40
3.7.3.7 Uji Multi Regresi Berganda	40
3.7.3.8 Uji Koefisien Determinan (R^2).....	41
3.7.3.9 Uji F	42
3.7.3.10 Uji t	42
BAB IV HASIL PENELITIAN	44
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	44
4.1.1 Sejarah Singkat Minimarket Handayani	44
4.1.2 Proses Pemasaran Produk Unit Minimarket Handatani.....	45



4.1.3 Prosedur Penerimaan Barang Masuk Unit Minimarket Hndayani.....	45
4.1.4 Struktur Organisasi Minimarket Handayani	46
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	47
4.2.1 Identitas Responden	47
4.2.1.1 Klasifikasi Jenis Kelamin Responden	47
4.2.1.2 Klasifikasi Usi Responden	47
4.2.1.3 Klasifikasi Pembelian Responden	49
4.2.2 Rata-rata Pernyataan pada Variabel	49
4.3 Pembahasan dan Analisis Data	53
4.3.1 Uji Validitas	53
4.3.2 Uji Reabilitas	55
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	56
4.3.4 Uji Normalitas.....	57
4.3.5 Uji Multikoloniearitas.....	57
4.3.6 Uji Heteroskedastisitas.....	57
4.3.7 Uji Regresi Linear Berganda	58
4.3.8 Uji Koefisien Determinan (R^2)	60
4.3.9 Uji F	61
4.3.10 Uji t	62
BAB V PENUTUP.....	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67

DAFTAR PUSTAKA





DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu I.....	20
Tabel 2.2 Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu II.....	22
Tabel 2.3 Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu III.....	23
Tabel 2.4 Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu IV.....	24
Tabel 2.5 Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu V.....	26
Tabel 3.1 Interpretasi Koefisien Determinan (R^2)	41
Tabel 4.1 Pengelompokan Jenis Kelamin Responden	47
Tabel 4.2 Pengelompokan Usia Responden	48
Tabel 4.3 Pengelompokan klasifikasi pembelian responden	49
Tabel 4.4 Range Data Jawaban Responden	50
Tabel 4.5 Rata-rata Pernyataan X1 Kualitas Produk	50
Tabel 4.6 Rata-rata Pernyataan X2 Harga	51
Tabel 4.7 Rata-rata Pernyataan X3 Atmosphere Toko	52
Tabel 4.8 Hasil Validitas semua variabel	53
Tabel 4.9 Hasil uji Reabilitas.....	54
Tabel 4.10 Hasil uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4.11 Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
Tabel 4.12 Analisis koefisien determinan (R^2)	59
Tabel 4.13 Uji t Coefficients	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka pemikiran	28
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	29
Gambar 4.1 Struktur organisasi Minimarket Handayani.....	46
Gambar 4.2 Hasil uji Normalitas	56
Gambar 4.3 Hasil uji Heteroskedastisitas semua variabel.....	58
Gambar 4.4 Kurva distribusi uji t variabel Kualitas Produk (X1)	63
Gambar 4.5 Kurva distribusi uji t variabel Harga (X2)	64
Gambar 4.6 Kurva distribusi uji t variabel <i>Atmosphere</i> toko (X3)	65



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 koesioner penelitian dan pengelompokan responden
- Lampiran 2 tanggapan responden dan semua variabel
- Lampiran 3 Uji Validitas
- Lampiran 4 Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 Uji Normalitas
- Lampiran 6 Uji Multikolinearits
- Lampiran 7 Uji Heteroskedasitas
- Lampiran 8 Uji Analisis koefisien determinan R^2

