

**PENGARUH PRODUK, HARGA, SUASANA TOKO DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN MINIMARKET HANDAYANI  
KLAMPIS NGASEM DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Prasyarat**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

**MAGDALENA EUFRASIA BAGUS**

**15110039**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA  
SURABAYA  
2019**



**PENGARUH PRODUK, HARGA, SUASANA TOKO DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN MINIMARKET HANDAYANI  
KLAMPIS NGASEM DI SURABAYA**

**SKRIPSI**



Oleh :

**MAGDALENA EUFRASIA BAGUS**  
**15110039**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA  
SURABAYA  
2019**





## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Magdalena Eufrasia Bagus

NPM : 15110039

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Harga, Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Handayani Klampis Ngasem di Surabaya.

Pembimbing,

Tanggal, 8 Juli 2019

Drs. Bruno Hami, M.M.

Mengetahui:

Ketua Program Studi Manajemen

Tanggal, 8 Juli 2019



Lilik Indrawati, S.E., M.M.



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Magdalena Eufrasia Bagus dengan NPM 15110039

Telah diuji pada 11 Juli 2019

Dinyatakan LULUS oleh:

Ketua Tim Penguji

Dr. Maria Widyastuti, M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,



Thyophoida W. S.P., S.E., M.M.

Ketua Program Studi,



Lilik Indrawati, S.E., M.M.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PRODUK, HARGA, SUASANA TOKO DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MINIMARKET HANDAYANI KLAMPIS NGASEM DI SURABAYA

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan Tim penguji skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika  
Program Studi Manajemen Perhotelan

Pada, 11 Juli 2019

Disusun Oleh:

Nama : MAGDALENA EUFRASIA BAGUS  
NPM : 15110039  
Fakultas : EKONOMI  
Jurusan : MANAJEMEN PERHOTELAN

Tim Penguji:

Nama

1. Dr. Maria Widyastuti, M.M. ( Ketua)
2. Lilik Indrawati, S.E., M.M.
3. Bruno Hami Pahar, M.M.



#### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Magdalena Eufrasia Bagus  
Fakultas / Prodi : Ekonomi / Manajemen Perhotelan  
Alamat Asli : Ruteng, Manggarai, Nusa Tenggara Timur  
No. Identitas (KTP / SIM) : 5310126905950003

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul: Pengaruh Produk, Harga, Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Handayani Klampis Ngasem di Surabaya.

Adalah merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal, *working paper* atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Skripsi (Tugas Akhir) 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 isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan 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 Surabaya termasuk pencabutan gelar kesarjanaan.

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

Surabaya, 11 Juli 2019

  
MAGISTERAI  
TEMPIPEL  
005EAF019044705  
6000  
CHAMBERSURAH  
1001

(Magdalena Eufrasia Bagus)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala kelimpahan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul “Pengaruh Produk, Harga, Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Handayani Klampis Ngasem di Surabaya”. Adapun maksud dan tujuan penulisan skripsi ini adalah guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.

Penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. RD. Dr. Yustinus Budi Hermanto, M.M., selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya
2. Thyopoida W.S.P, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya
3. Lilik Indrawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya
4. Bruno Hami Pahar, M.M., selaku Dosen Wali sekaligus Dosen pembimbing Skripsi yang telah membantu dalam perwalian setiap semester. Serta telah banyak mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam membantu saya dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
5. Dr. Maria Widyastuti, M.M., selaku Dosen penguji 1 (satu) yang telah banyak membantu memberikan masukan di dalam perbaikan skripsi ini.





6. Lilik Indrawati, S.E., M.M., selaku Dosen penguji 2 (dua) yang telah banyak membantu memberikan masukan di dalam perbaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang telah memberikan banyak pengetahuan dan pengajaran selama saya menjadi mahasiswi di Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
8. Bapak dan Ibu Staff dan karyawan Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang telah banyak membantu saya selama menjadi mahasiswi di Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
9. Kedua Orang Tua dan adik-adik (Claudia dan Jonathan) tercinta yang selalu mendoakan serta mendukung saya dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman (Maria, Cindy dan Nova) yang selalu membantu dan mendukung saya dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

Penulis telah berusaha dalam menyusun skripsi ini, namun karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan, serta pengalaman maka penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 05 Maret 2019

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR IS</b> .....	i
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Manfaat Penelitian .....	14
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	14
1.4.2 Manfaat Praktis .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	15
2.1. Landasan Teori.....	15
2.1.1 Ritel .....	15
2.1.1.1 Pengertian Ritel .....	15
2.1.1.2 Bauran Ritel .....	17
2.1.1.3 Tipe-Tipe Ritel .....	19
2.1.1.4 Minimarket.....	21
2.1.2 Produk.....	23
2.1.2.1 Pengertian Produk .....	23
2.1.2.2 Atribut Produk.....	24
2.1.2.3 Klasifikasi Produk .....	25
2.1.3 Harga .....	26
2.1.3.1 Pengertian Harga.....	26



2.1.3.2 Indikator Harga .....	26
2.1.3.3 Peranan Harga .....	27
2.1.3.4 Metode Penetapan Harga.....	28
2.1.3.5 Tujuan Penetapan Harga.....	29
2.1.4 Suasana Toko.....	29
2.1.4.1 Pengertian Suasana Toko.....	29
2.1.4.2 Faktor-faktor Yang Menciptakan Suasana Toko.....	30
2.1.4.3 Elemen-elemen Suasana Toko / Store Atmosfer.....	31
2.1.5 Kualitas Pelayanan.....	32
2.1.5.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	32
2.1.5.2 Atribut Pelayanan Konsumen .....	34
2.1.5.3 Pendekatan Untuk Penyempurnaan Kualitas Pelayanan .....	34
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	35
2.1.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	35
2.1.6.2 Tingkatan Dalam Pengambilan Keputusan Konsumen .....	41
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	42
2.2.1 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	42
2.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	42
2.2.3 Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian .....	43
2.2.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	43
2.3 Hasil Penelitian Terdahulu .....	44
2.3.1 Penelitian Terdahulu 1 .....	44
2.3.2 Penelitian Terdahulu 2 .....	45
2.3.3 Penelitian Terdahulu 3 .....	46
2.3.4 Penelitian Terdahulu 4 .....	48
2.4 Kerangka Pemikiran.....	50
2.5 Kerangka Konseptual .....	51
2.6 Hipotesis Penelitian .....	52
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>53</b>
3.1 Objek Penelitian.....	53
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data .....	53
3.2.1 Pendekatan Penelitian .....	53
3.2.2 Sumber Data .....	54
3.3 Variabel Penelitian .....	55



3.4	Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya .....	56
3.4.1	Definisi Operasional Variabel Bebas .....	56
3.4.2	Definisi Operasional Variabel Terikat.....	59
3.5	Populasi dan Sampel .....	59
3.5.1	Populasi .....	59
3.5.2	Sampel .....	60
3.6	Metode Teknik Analisis Data .....	61
3.6.1	Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.6.2	Skala Pengukuran Data .....	62
3.7	Metode Analisis Data .....	62
3.7.1	Uji Validitas .....	63
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	63
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	64
3.8.1	Uji Normalitas.....	64
3.8.2	Uji Multikolinieritas.....	65
3.8.3	Uji Heteroskedastisitas.....	65
3.9	Analisa Regresi Linear Berganda .....	66
3.9.1	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	67
3.10	Pengujian Hipotesis.....	68
3.11	Uji t.....	68
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>		<b>70</b>
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	70
4.1.1	Sejarah Koperasi Kopertis Wilayah VII Jawa Timur .....	70
4.1.2	Visi Misi Perusahaan .....	71
4.1.3	Peran Dan Prinsip KP-RI Kopertis Wilayah VII .....	72
4.1.4	Modal Koperasi.....	72
4.1.5	Jenis Usaha .....	74
4.1.6	Struktur Organisasi KP-RI Kopertis Wilayah VII.....	75
4.1.7	Prosedur Penerimaan Barang Masuk Unit Minimarket Handayani.....	76
4.1.8	Proses Pemasaran Produk Unit Minimarket Handayani.....	76
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian .....	77
4.2.1	Identitas Responden .....	77
4.2.1.1	Klasifikasi Jenis Kelamin Responden.....	77



4.2.1.2 Klasifikasi Berdasarkan Tingkat Kunjungan .....	78
4.2.1.3 Klasifikasi Jenis Pekerjaan Responden.....	79
4.2.1.4 Klasifikasi Usia Responden.....	80
4.3 Pembahasan dan Analisa Data.....	81
4.3.1 Uji Validitas.....	81
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	83
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	84
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	85
4.3.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	90
4.3.6 Uji t.....	91
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>97</b>
5.1 Kesimpulan .....	97
5.2 Saran .....	99

## DAFTAR PUSTAKA



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Ritel Modern Di Indonesia tahun2009-2014 .....	2
Tabel 1.2 Jumlah Pasar Modern Menurut Jenis di Kota Surabaya.....	6
Tabel 1.3 Jarak lokasi Tempat Perbelanjaan Lain Dari <i>Minimarket</i> Handayani .....	11
Tabel 3.1 Tabulasi Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	68
Tabel 4.1 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
Tabel 4.2 Klasifikasi Berdasarkan Tingkat Kunjungan .....	78
Tabel 4.3 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Pekerjaan Responden .....	79
Tabel 4.4 Klasifikasi Berdasarkan Usia Responden .....	80
Tabel 4.5 Uji Validitas .....	81
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas.....	83
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas .....	85
Tabel 4.8 Analisis Regresi Linier Berganda .....	88
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	90
Tabel 4.10 Uji Parsial (Uji t) .....	91



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Penjualan Ritel Modern di Indonesia .....	4
Gambar 1.2 Pengeluaran Masyarakat Indonesia pada Ritel Modern .....	5
Gambar 2.1 Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian .....	38
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	50
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual.....	51
Gambar 4.1 Struktur Pengelola KP-RI Kopertis Wilayah VII .....	75
Gambar 4.2 P-P Plot Uji Normalitas .....	84
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	87
Gambar 4.4 Kurva Uji t Produk ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	92
Gambar 4.5 Kurva Uji t Harga ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	93
Gambar 4.6 Kurva Uji t Suasana Toko ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) ..	94
Gambar 4.7 Kurva Uji t Kualitas Pelayanan ( $X_4$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) ..	95





## ABSTRAK

Oleh:

Magdalena Eufrasia Bagus

Saat ini industri ritel modern di Indonesia khususnya di Surabaya mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, salah satunya adalah Minimarket Handayani yang berlokasi di Klampis Ngasem Surabaya. Semakin banyaknya industri ritel yang tumbuh dan berkembang, maka akan terjadi persaingan sehingga industri ritel membutuhkan strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang digunakan perusahaan ritel dalam menghadapi persaingan adalah bauran ritel. Bauran ritel terdiri dari produk, harga, suasana toko dan kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Minimarket Handayani Klampis Ngasem di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan 4 variabel bebas (X) yaitu produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), suasana toko ( $X_3$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_4$ ) dengan variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah berbelanja di Minimarket Handayani Klampis Ngasem Surabaya, dengan sampel sebanyak 100 responden. Analisa data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisa regresi linear berganda, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), dan uji t.

Berdasarkan analisa regresi linear berganda didapatkan permodelan yaitu  $Y = 9,664 - 0,047 X_1 + 0,177 X_2 + 0,178 X_3 + 0,097 X_4$ . Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,118 (12%). Berdasarkan hasil uji t didapatkan hasil yaitu produk ( $X_1$ ) dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $-554 > \text{nilai } -t_{tabel} -1,985$  dan tingkat signifikansi  $0,588 > 0,025$ , harga ( $X_2$ ) dengan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $1,894 < \text{nilai } t_{tabel} 1,985$  dan tingkat signifikansi  $0,068 > 0,025$ , suasana toko ( $X_3$ ) dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,353 > \text{nilai } t_{tabel} 1,985$  dan tingkat signifikansi  $0,021 < 0,025$ , dan kualitas pelayanan ( $X_4$ ) dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $871 < \text{nilai } t_{tabel} 1,985$  dan tingkat signifikansi  $0,386 > 0,025$ . Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_4$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Dari 4 variabel bebas (X) yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian hanya suasana toko ( $X_3$ ).

Kata Kunci: *Produk, Harga, Suasana Toko, Kualitas Pelayananan dan Keputusan Pembelian*



## ABSTRACT

By:

Magdalena Eufrasia Bagus

Nowdays modern retail industry in Indonesia especially in Surabaya experiencing growth from year to year, one of which is Minimarket Handayani located in Klampis Ngasem Surabaya. The increasing number of retail industry, there will be a competition so that the retail industry need a marketing strategy. Marketing Strategies used by retail industry in a competition is retail mix. Retail mix consist of product, price, store atmosphere and service quality.the purpose of this study was to determine the product, price, store atmosphere and service quality influence on purchasing decisions in Minimarket Handayani Klampis Ngasem in Surabaya.

The study used four (4) independent variables (X) is the product ( $X_1$ ), price ( $X_2$ ), store atmosphere ( $X_3$ ) and service quality ( $X_4$ ) with the dependent variables is the purchasing decision. Population in this study are all consumers who have been shopping at Minimarket Handayani Klampis Ngasem Surabaya, with a sample of 100 respondents. Analysis of data using validity test, reliability test, assumptions classic test, multiple linear regression analysis, coefficient determination test ( $R^2$ ), and t test.

Based on the test result obtained multiple linear regression analysis modeling is  $Y = 9,664 - 0,047 X_1 + 0,177 X_2 + 0,178 X_3 + 0,097 X_4$ . Coefficient determination ( $R^2$ ) of 0,118 (12%). Based on the result of t test product ( $X_1$ ) obtained result with  $t_{count} = -554 > -t_{table} = -1,985$  and significance of  $= 0,588 > 0,025$ , price ( $X_2$ ) with  $t_{count} = 1,894 < t_{table} = 1,985$  and significance of  $= 0,068 > 0,025$ , store atmosphere ( $X_3$ ) with  $t_{count} = 2,353 > t_{table} = 1,985$  and significance of  $= 0,021 < 0,025$  and service quality ( $X_4$ ) with  $t_{count} = 871 < t_{table} = 1,985$  and significance of  $= 0,386 > 0,025$ . Based on the result of the above it can be concluded that the product ( $X_1$ ), price ( $X_2$ ) and service quality ( $X_4$ ) is not effect on purchasing decision (Y). From four (4) independent variables which give influence on purchasing decision just store atmosphere ( $X_3$ ).

Keyword: *Product, Price, Store Atmosphere, Service Quality And Purchasing Decisions*