



**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PRODUK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Kasus Di Kafe Salwa House Sirojudin Tembalang Undip Semarang)

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro Semarang

Penyusun :

Agung Meiyanto S

14020210120060

ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Store Atmosphere* Kualitas Produk dan
Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian
(Studi Kasus Kafe *Salwa House* Sirojudin Semarang)

Nama Penyusun : Agung Meiyanto S

NIM : 14020210120060

Jurusan : Administrasi Bisnis

**Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan
Strata 1**

Semarang, Desember 2016

Dekan

Pembantu Dekan Bid. Akademis

Dr. Sunarto, M.Si

NIP.19660727.199203.1.001

Dr. Hedi Pudja Santosa, M.Si

NIP. 19610510.198902.1.002

Dosen Pembimbing

1. Bulan Prabawani, S.Sos, MM, Ph.D (.....)
NIP. 19761115.200312.2.001

Dosen Penguji

1. Drs. Agus Hermani, DS, MM (.....)
NIP.19570807.198511.1.001

2. Dr. Hari Susanta Nugraha, S.Sos, M.Si (.....)
NIP. 19700303.199001.1.001

3. Bulan Prabawani, S.Sos, MM, Ph.D (.....)
NIP. 19761115.200312.2.001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama Lengkap : Agung Meiyanto S
NIM : 14020210120060
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus Di Kafe Salwa House Sirojudin Tembalang Undip Semarang)

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, Desember 2016

Pembuat Pernyataan,

Agung Meiyanto S

NIM. 14020210120060

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai, tetaplah bekerja keras, dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”.

(Q.S. Asy Syarh ayat 5-8)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

Kedua Orang Tua saya Ibu Ratimah dan Bapak Tasba'an, kangmas, mbakayu yang selalu memberikan semangat, bantuan, doa, dan dukungan dalam proses pengerjaan skripsi ini.

Serta Harir Nafiah yang selalu sabar, Noor Fajar, Eko Nurcahyo, Faizin, Dimas Nurisfandi, Fadli, Aji, Gigih, Ivan, Desbrian, Aida, Sofa, Ratna, dan teman-teman seperjuangan Administrasi Bisnis 2010

The Influence of Store Atmosphere, Product Quality, and Service Quality on Purchasing Decision

Study of Salwa House Sirojudin Semarang Cafe

Abstract

The research was motivated by the growth of business, especially in the field of culinary or food. The food service businesses were challenged to make a difference or characteristic so the consumers can distinguish. Therefore, businesses should prepare a strategy that can be pleasing and build the enthusiasm of consumers, so its become an experience in consuming products and services.

The purpose of this study to determine the effect of store atmosphere, quality products, and services quality on purchasing decisions at Salwa House Sirojudin Tembalang Cafe. This type of research is explanatory research, data collection technique through the questionnaires, literature study and interviews. The sampling technique used purposive sampling technique. The sample in this study amounted to 100 respondents who were visit to Salwa House Sirojudin Tembalang Cafe.

The results of this study indicate that the store atmosphere (X1), product quality (X2) and service quality (X3) each simultaneously influence purchasing decisions (Y). Based on the results of the regression, the variable that has the most dominant influence is service quality (X3). Suggestions in this study the Salwa House Cafe needs to consider the atmosphere instore or outstore is balanced, has a variant characteristic menu and attentive service provided with adequate facilities.

Keywords : *store atmosphere, product quality, service quality, purchasing decisions*

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus Di Kafe Salwa *House* Sirojudin Tembalang Undip Semarang)

Abstraksi

Penelitian ini dilatarbelakangi perkembangan bisnis cukup pesat, terlebih lagi dibidang kuliner/makanan. Para pelaku bisnis *food service* ditantang untuk menciptakan suatu perbedaan atau ciri khas yang jelas sehingga konsumen dapat membedakan dengan para pesaingnya. Oleh karena itu para pelaku bisnis harus menyiapkan strategi agar dapat menyenangkan hati dan membangun rasa antusias konsumen menjadi suatu pengalaman didalam mengkonsumsi produk dan jasa.

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, kualitas produk, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di Kafe Salwa *House* Sirojudin Tembalang. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner, studi kepustakaan dan wawancara. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *multistage area sampling* dan *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang merupakan pengunjung Kafe Salwa *House* Sirojudin Tembalang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *store atmosphere* (X1), kualitas produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) masing-masing secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hasil regresi, variabel yang memiliki pengaruh paling dominan adalahh kualitas pelayanan (X3). Saran dalam penelitian ini yakni Kafe Salwa *House* perlu memperhatikan suasana *instore* maupun *outstore* secara seimbang, memiliki varian menu ciri khas dan memperhatikan pelayanan yang diberikan dengan fasilitas yang memadai.

Kata kunci : *store atmosphere*, kualitas produk, kualitas pelayanan, keputusan pembelian

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan berkat, rahmat, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai syarat untuk menyelesaikan program Strata 1 pada Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.

Dalam penulisan skripsi dengan judul : **“PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Di Kafe Salwa House Sirojudin Tembalang Undip Semarang)”** ini, penulis meyakini sepenuhnya bahwa tidak mungkin dapat menyelesaikannya tanpa doa, bantuan, dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Sunarto, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro,
2. Bulan Prabawani, S.Sos, MM, Ph.D, selaku Ketua Departemen Adminitrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang dan juga selaku Dosen Pembimbing yang selalu dengan sabar membimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Dr. Hari Susanta Nugraha, S.Sos, M.Si, selaku Dosen Wali yang telah memberikan perhatian lebih terhadap mahasiswa perwaliannya dan sekaligus sebagai dosen penguji I yang berkenan membantu dan memberi arahan kepada penulis selama masa studi penulis,
4. Drs. Agus Hermani, DS, MM, selaku Dosen penguji kompre yang telah berkenan membantu dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
5. Mas Reza Pahelvi, selaku *owner* dari Kafe Salwa *House* Sirojudin Semarang, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di Kafe Salwa *House* Semarang.

6. Seluruh dosen FISIP UNDIP yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan, khususnya dosen jurusan Administrasi Bisnis UNDIP.
7. Seluruh responden yang bersedia berpartisipasi dalam proses penyusunan penelitian ini.
8. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penulisan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya. Amin.

Semarang, Desember 2016

Agung Meiyanto S

14020210120060

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
Halaman Pengesahan	ii
Surat Pernyataan Keaslian	iii
Motto Dan Persembahan	iv
Abstraksi	v
Kata Pengantar	vii
DAFTAR ISI	viii

BAB I

PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Permasalahan	1
1.2	Perumusan Masalah	10
1.3	Tujuan Penelitian	11
1.4	Kegunaan Penelitian	11
1.5	Kerangka	
	Teori.....	12
1.5.1	<i>Store Atmosphere</i> (Suasana Toko)	12
1.5.2	Kualitas Produk	24
1.5.3	Kualitas Pelayanan	28
1.5.4	Keputusan Pembelian	32
1.5.4.1	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	33
1.5.4.2	Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen.....	37
1.5.5	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	38
1.5.6	Pengaruh Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian	38
1.5.7	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	39

1.5.8	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	40
1.5.9	Penelitian Terdahulu	41
1.6	Hipotesis	41
1.7	Definisi Konsep	43
1.8	Definisi Operasional	43
1.9	Metode Penelitian	46
1.9.1	Tipe Penelitian	46
1.9.2	Populasi dan Sampel.....	46
1.9.3	Teknik Pengambilan Sampel	48
1.9.4	Jenis dan Sumber Data	49
1.9.5	Teknik Pengumpulan Data	51
1.9.6	Teknik Pengolahan Data	52
1.9.7	Skala Pengukuran	54
1.9.8	Teknik Analisa	55

BAB II

GAMBARAN UMUM KAFE SALWA *HOUSE* SEMARANG

2.1.1	Deskripsi Perusahaan	63
2.1.2	Deskripsi Produk	64
2.1.3	Deskripsi Responden	65

BAB III

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KAFE SALWA *HOUSE*

3.1	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	72
3.1.1	Uji Validitas	72
3.1.2	Uji Reabilitas	74

3.2	Persepsi Responden Mengenai <i>Store Atmosphere</i>	76
3.2.1.1	Kategorisasi Variabel <i>Store Atmosphere</i>	85
3.2.1.2	Rekapitulasi Mengenai Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Store Atmosphere</i>	85
3.2.2	Persepsi Responden Mengenai Kualitas Produk	89
3.2.2.1	Kategorisasi Variabel Kualitas Produk	103
3.2.2.2	Rekapitulasi Mengenai Jawabana Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	105
3.2.3	Persepsi Responden Mengenai Kualitas Pelayanan	107
3.2.3.1	Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan	116
3.2.3.2	Rekapitulasi Mengenai Jawabana Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan.....	119
3.2.4	Persepsi Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	121
3.2.4.1	Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	126
3.2.4.2	Rekapitulasi Mengenai Jawabana Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	128
3.3	Uji Hipotesis.....	130
3.3.1	Uji Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian	130
3.3.2	Uji Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	136
3.3.3	Uji Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	143
3.3.4	Uji Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> , Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	150
3.4	Pembahasan.....	158

BAB IV

Kesimpulan Dan Saran	164
----------------------------	-----

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Kafe Salwa <i>House</i>	5
Tabel 1.2	Data Pengunjung Kafe Salwa <i>House</i>	7
Tabel 1.3	Interpretasi Koefisien Korelasi	57
Tabel 2.1	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Tabel 2.2	Jumlah Responden Berdasarkan Umur	68
Tabel 2.3	Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	69
Tabel 2.4	Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
Tabel 2.5	Jumlah Responden Berdasarkan Kunjungan Dalam Sebulan	71
Tabel 3.1	Hasil Uji Validitas.....	73
Tabel 3.2	Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 3.3	Pemilihan Lantai Kafe Yang Terbuat dari Keramik Dengan Warna Putih Polos	76
Tabel 3.4	Pencahayaan Kafe Yang Memadai	77
Tabel 3.5	Pewarnaan Kafe Yang Menarik	78
Tabel 3.6	Suhu Udara Kafe Yang Memiliki Temperatur Sesuai	79
Tabel 3.7	Penataan Meja Kursi Pengunjung, Meja Pesanan Serta Kasir di Kafe	80
Tabel 3.8	Kebersihan Lingkungan Kafe	81
Tabel 3.9	Letak Pintu Masuk, Meja Pemesanan dan Meja Kursi Pengunjung	82

Tabel 3.10 Letak Papan dan Design Logo Kafe	83
Tabel 3.11 Lokasi Fasilitas Parkir Kafe	84
Tabel 3.12 Kategorisasi Variabel Store Atmosphere.....	86
Tabel 3.13 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Store Atmosphere	88
Tabel 3.14 Ada Banyak Variasi Produk Minuman Yang Ditawarkan.....	90
Tabel 3.15 Ada Banyak Variasi Produk Makanan Yang Ditawarkan	91
Tabel 3.16 Kebersihan Minuman Yang Disajikan Terjaga.....	92
Tabel 3.17 Kebersihan Makanan Yang Disajikan Terjaga	93
Tabel 3.18 Daya Tahan Minuman Yang Disajikan Cocok Untuk Dinikmati Langsung Ataupun Dibawa Pulang	94
Tabel 3.19 Daya Tahan Makanan Yang Disajikan Cocok Untuk Dinikmati Langsung Ataupun Dibawa Pulang	95
Tabel 3.20 Kesesuaian Produk Antara Yang Dipesan Dan Yang Disajikan.....	96
Tabel 3.21 Minuman Memiliki Rasa Ynag Enak	97
Tabel 3.22 Makanan Memiliki Rasa Ynag Enak	98
Tabel 3.23 Aroma Minuman Yang Disajikan Menggugah Selera Untuk Mengkonsumsinya	99
Tabel 3.24 Aroma Makanan Yang Disajikan Menggugah Selera Untuk Mengkonsumsinya	100
Tabel 3.25 Minuman Yang Disajikan Memiliki Tampilam YangMenarik	101
Tabel 3.26 Makanan Yang Disajikan Memiliki Tampilam YangMenarik	102
Tabel 3.27 Kategorisasi Variabel Kualitas Produk	103

Tabel 3.28 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	106
Tabel 3.29 Kebersihan Kafe Yang Selalu Terjaga Dengan Baik.....	108
Tabel 3.30 Ketersediaan Fasilitas Yang Lengkap Dalam Menunjang Pelayanan	109
Tabel 3.31 Karyawan Yang Selalu Rapi Dalam Melakukan Pelayanan.....	110
Tabel 3.32 Menu Yang Dipesan Cepat Datang.....	111
Tabel 3.33 Keramahan Karyawan Terhadap Konsumen	112
Tabel 3.34 Pengetahuan Karyawan Pada Produk/Menu	113
Tabel 3.35 Jalinan Komunikasi Antara Karyawan Dan Konsumen	114
Tabel 3.36 Perhatian Dan Tindak Lanjut Karyawan Dalam Menerima Keluhan konsumen	115
Tabel 3.37 Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan	118
Tabel 3.38 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pelayanan.....	119
Tabel 3.39 Keyakinan Konsumen Dalam Memilih Menu	121
Tabel 3.40 Konsumen Merekomendasikan Kafe	123
Tabel 3.41 Keputusan Konsumen Untuk Berkunjung Kembali	124
Tabel 3.42 Jumlah Produk Yang Dibeli Responden Lebih Dari Satu	125
Tabel 3.43 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	127
Tabel 3.44 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	128
Tabel 3.45 Hasil Perhitungan Korelasi antara Store Atmosphere terhadap variabel Keputusan Pembelian.....	130
Tabel 3.46 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel Store Atmosphere terhadap Keputusan pembelian	132

Tabel 3.47 Hasil Perhitungan Korelasi Antara variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	137
Tabel 3.48 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel kualitas Produk terhadap Variabel keputusan pembelian.....	139
Tabel 3.49 Hasil Perhitungan Korelasi Antara Variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel keputusan Pembelian.....	144
Tabel 3.50 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian.....	146
Tabel 3.51 Hasil Perhitungan Korelasi Ganda Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	151
Tabel 3.52 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Variabel Store Atmosphere Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	153
Tabel 3.53 hasil Perhitungan F hitung Antara Variabel Store Atmosphere Kualitas Produk dan kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	155

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proses Keputusan Pembelian	34
Gambar 1.2 Skema Hubungan hipotesis	41
Gambar 1.3 Kurva Uji t	61
Gambar 1.4 Kurva Uji f	63
Gambar 3.1 Kurva Hasil Uji t Hipotesis 1	134
Gambar 3.2 Kurva Hasil Uji t Hipotesis 2	145
Gambar 3.3 Kurva Hasil Uji t Hipotesis 3	152

Gambar 3.4 Hasil Uji F Hipotesis 4..... 160

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Surat Keterangan Penelitian (Telah Melaksanakan Penelitian)

Lampiran 2 Kuesioner

Lampiran 3 Tabulasi Data Hasil Penelitian (Tabel Induk)

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas