

**PENGARUH HARGA, STORE ATMOSPHERE DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DONAT J.CO
SUNCITY MADIUN**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar

Sarjana Program Starta Satu (S-1) Program

Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Pina Lailiya Ari Febriani

NIM : 13413103

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Harga, Store Atmosphere dan Kualitas Produk terhadap
Minat Beli Konsumen Donat J.CO Suncity Madiun
Nama : Pina Lailiya Ari Febriani
NIM : 13413103
Program Studi: Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 15 November 2016

Pembimbing I



(Dra. Umi Farida, MM)
NIK.19610110 199112 13

Pembimbing II



(Naning Kristivana, SE, MM)
NIK.19750921 200309 14

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



(Titi Rapini, SE, MM)
NIK.19630505 199001 11

Dosen Penguji :



(Dra. Umi Farida, MM)
NIK.1961011019911213



(Titi Rapini, SE, MM)
NIK.1963050519900111



(Drs. Ec. Purwanto, MM)
NIK.1953102419930914

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel harga, variabel *store atmosphere* dan variabel kualitas produk terhadap minat beli konsumen donat J.CO Suncity Madiun. sampel pada penelitian ini berjumlah 94 responden.

Dengan menggunakan regresi linier berganda melalui perangkat lunak SPSS Statistics 20 dapat disampaikan bahwa besarnya nilai variabel harga (X1) sebesar 0,10, variabel *store atmosphere* (X2) sebesar 0,398, variabel kualitas produk (X3) sebesar 0,269. Sedangkan nilai a sebesar 2.429 yang berarti pada saat variabel harga, *store atmosphere*, dan kualitas produk tidak ada atau dalam keadaan konstan, maka minat beli konsumen donat J.CO Suncity Madiun sebesar 2.429.

Berdasarkan analisis koefisien determinasi diperoleh angka koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,350 artinya bahwa sumbangan variabel independen (harga, *store atmosphere*, dan kualitas produk terhadap naik turunnya minat beli adalah 35% dan sisanya sebesar 65% merupakan sumbangan dari variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi dan penelitian ini.

Berdasarkan hasil uji koefisien secara parsial (uji-t) dapat diketahui bahwa kualitas produk merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat beli konsumen donat J.CO Suncity Madiun. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,224 dan nilai signifikansi 0,002.

Berdasarkan hasil uji koefisien serempak (uji-F) dibuktikan bahwa variabel harga, *store atmosphere* dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Hal ini dibuktikan dengan nilai f_{hitung} lebih besar dari nilai f_{tabel} yaitu $16,126 > 2,71$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kunci : harga, *store atmosphere*, kualitas produk dan minat beli

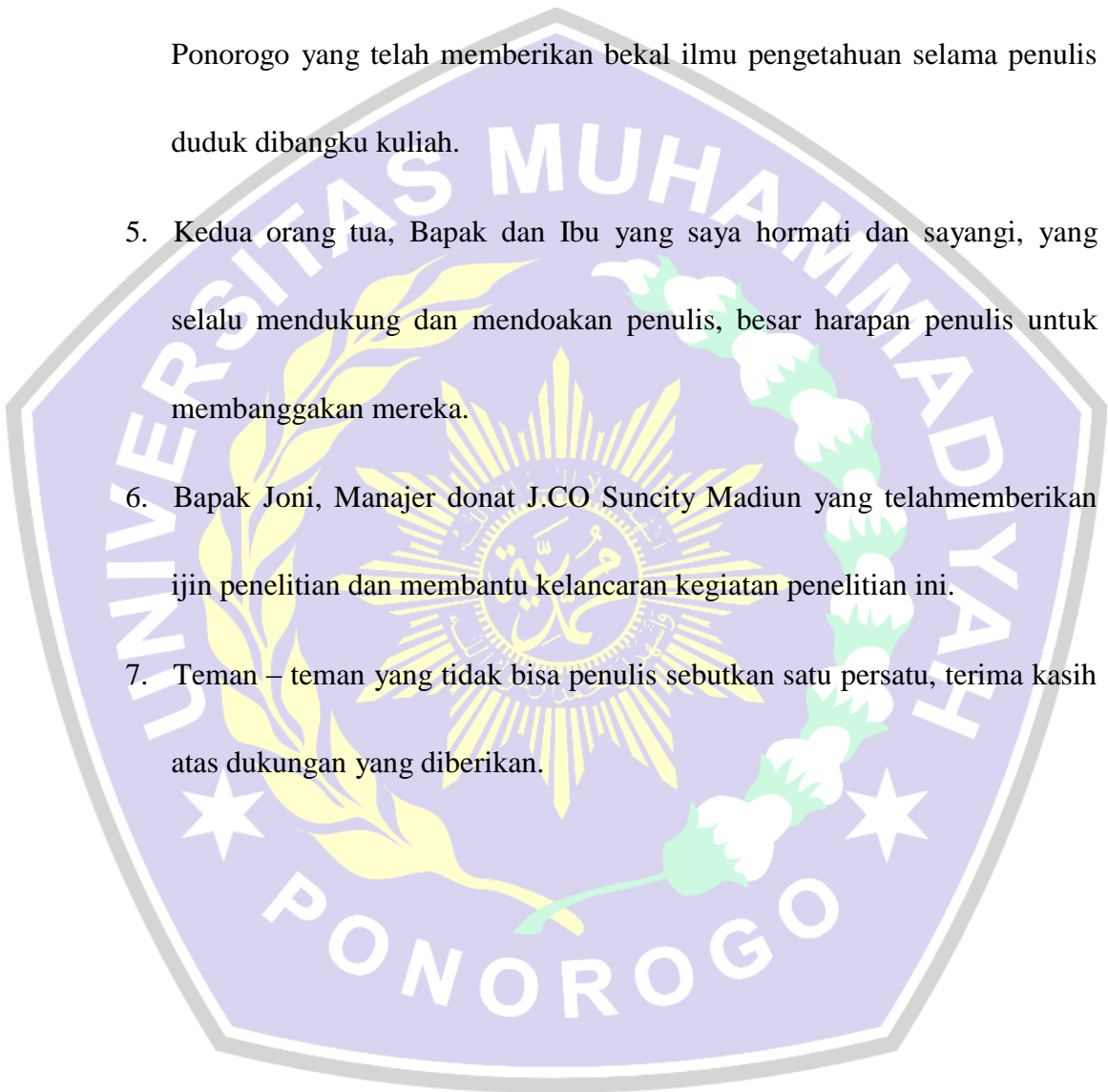
KATA PENGANTAR

Alhamdulillahil'alam, puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul "PENGARUH HARGA, *STORE ATMOSPHERE*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DONAT J.CO SUNCITY MADIUN" yang disusun sebagai syarat akademi dalam penyelesaian studi program sarjana S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa skripsi tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini berlangsung. Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Titi Rapini, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Dra. Umi Farida, MM, selaku Kaprodi Manajemen dan dosen pembimbing I Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.

3. Ibu Naning Kristiyana, SE, MM, selaku dosen pembimbing II atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis duduk dibangku kuliah.
5. Kedua orang tua, Bapak dan Ibu yang saya hormati dan sayangi, yang selalu mendukung dan mendoakan penulis, besar harapan penulis untuk membanggakan mereka.
6. Bapak Joni, Manajer donat J.CO Suncity Madiun yang telah memberikan ijin penelitian dan membantu kelancaran kegiatan penelitian ini.
7. Teman – teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan yang diberikan.



Dengan rendah hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan yang penulis peroleh sampai saat ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna terciptanya kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Ponorogo, 22 Mei 2017

Penulis

(PINA LAILIYA ARI. F)



PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Instuti Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebut dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 15 November 2016



(Pina Lailiya Ari Febriani)
NIM 13413103

DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan	i
Abstrak	ii
Kata Pengantar	iii
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Perumusan Masalah	5
1.3.Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.3.1. Tujuan Penelitian	6
1.3.2. Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Pemasaran.....	8
2.1.1.1.Definisi Pemasaran	8
2.1.1.2. Tujuan Pemasaran	9

2.1.1.3. Tipe Entitas yang Dipasarkan.....	9
2.1.2. Perilaku Konsumen	12
2.1.2.1. Definisi Perilaku Konsumen.....	12
2.1.2.2. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	12
2.1.3. Bauran Pemasaran.....	19
2.1.4. Kualitas Produk.....	20
2.1.4.1. Pengertian Kualitas Produk	20
2.1.4.2. Dimensi Kualitas Produk.....	20
2.1.5. Harga.....	21
2.1.5.1. Pengertian Harga.....	21
2.1.6. <i>Store Atmosphere</i>	22
2.1.6.1. Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	22
2.1.6.2. Elemen – Elemen <i>Store Atmosphere</i>	23
2.1.7. Minat Beli	34
2.1.7.1. Pengertian Minat Beli	34
2.1.8. Keputusan Pembelian.....	35
2.1.8.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	35
2.1.8.2. Model Lima Tahap Keputusan Pembelian.....	36
2.2. Penelitian Terdahulu	38

2.3. Kerangka Pemikiran	43
2.4. Hipotesis.....	44

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian	48
3.2. Populasi dan Sampel	48
3.2.1. Populasi	48
3.2.2. Sampel.....	48
3.3. Jenis Data dan Metode Pengambilan Data.....	50
3.3.1. Jenis Data	50
3.3.2. Metode Pengambilan Data	51
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	52
3.5. Metode Analisis Data.....	55
3.5.1. Uji Instrumen.....	55
3.5.2. Alat Analisis.....	57
3.5.3. Uji Hipotesis.....	59

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	61
4.1.1. Sejarah Perusahaan.....	61
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	64

4.1.3. Struktur Organisasi.....	65
4.1.4. Gambaran Variabel	67
4.2. Data Responden.....	69
4.3. Deskripsi Responden Per Variabel.....	73
4.4. Uji Instrumen.....	84
4.4.1. Uji Validitas	84
4.4.2. Uji Reliabilitas.....	86
4.5. Analisis Data	87
4.5.1. Analisis Regresi Linier Berganda	87
4.5.2. Analisis Koefisien Determinasi.....	90
4.6. Pengujian Hipotesis.....	91
4.6.1. Uji-t	91
4.6.2. Uji-F.....	96
4.7. Implikasi.....	98
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	103
5.2. Saran.....	104

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Penelitian Terdahulu	38
Tabel 4.1. Harga Donat J.CO Suncity Madiun	67
Tabel 4.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	71
Tabel 4.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Mengenai Harga	74
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Mengenai <i>Store Atmosphere</i>	76
Tabel 4.7. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk	79
Tabel 4.8. Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli	82
Tabel 4.9. Hasil Pengujian Validitas.....	85
Tabel 4.10. Hasil Pengujian Reliabilitas	86
Tabel 4.11. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	88
Tabel 4.12. Hasil Analisis Koefisien Determinasi	91
Tabel 4.13. Hasil Uji t.....	92
Tabel 4.14. Hasil Uji F.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen.....	18
Gambar 2.2. Model Lima Tahap Keputusan Pembelian	36
Gambar 2.3. Langkah – Langkah antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian	37
Gambar 2.4. Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Perusahaan	66
Gambar 4.2. Kurva t hitung untuk Variabel Harga (X1)	93
Gambar 4.3. Kurva t hitung untuk Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X2).....	94
Gambar 4.4. Kurva t hitung untuk Variabel Kualitas Produk (X3)	95
Gambar 4.5. Kurva Uji F.....	98

