

**PENGARUH CITA RASA, KUALITAS PELAYANAN, DAN STORE ATMOSPHERE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi kasus pada pembelian di Warung Nasi Pecel Bu Nur Ponorogo)



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2021

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada pembelian di Warung Nasi Pecel Bu Nur)

Nama : Ema Vienenta Anggi Setyani

NIM : 17414491

Program Studi : Manajemen S-1

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh gelar sarjana program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 9 Maret 2022

Pembimbing I

SITI CHAMIDAH, SE., MSI
NIDN : 0019057101

Pembimbing II

WAHNA WIDHIANINGRUM, SP., MM
NIDN. 0707118602

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. HADI SUMARSONO, SE., M.Si
NIP. 197605082005011002

Dosen Pengaji :

SITI CHAMIDAH, SE., M.Si
NIDN : 0019057101

Dr. HADI SUMARSONO, SE., M.Si
NIDN. 008057601

NANING KRISTIYANA, SE., MM
NIDN. 0721117501

PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG
KODE ETIK PENILAIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah 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 Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan / atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 10 Februari 2022



Ema Vienenta Anggi Setyani

NIM . 17414491



MOTTO

“Kamu mungkin menunda, tapi waktu tidak.”



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT, yang tak terhitung atas nikmat dan ridho-Nya senantiasa memberikan kekuatan, kemampuan serta kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua tercinta dan keluarga, yang selalu mendoakan yang terbaik untuk saya serta banyak memberi dukungan sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini.
3. Diriku sendiri yang mampu menyelesaikan skripsi ini walaupun amat sangat banyak tantangan maupun hambatan. Terimakasih sudah berhasil ada di titik terbaik saat ini. Kamu hebat.
4. Sahabat, teman, dan semua pihak terkait yang tidak mampu saya sebutkan satu per satu.
5. Kepada semua pihak yang membantu dan memberi support penh dalam penyelesaian skripsi ini.

Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian di Warung Nasi Pecel Bu Nur Ponorogo

Ema Vienenta Anggi Setyani
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Taste, Service Quality, and Store Atmosphere on Purchase Destination at Warung Nasi Pecel Bu Nur Ponorogo. The method used in this research is the method quantitativ. The data from this study were obtained from the result of dstrubuting online questionnaires to respondents an then processed using SPSS 26 Software. Population in this research, is the people of Ponorogo city who became consumers Nasi Pecel Bu Nur. The sample in this study amounted to 100 respondents by using simple random sampling method. The result of this study that (1) There is an influence between taste on decisions buying Nasi Pecel Bu Nur in Ponorogo, (2) There is a quality inflence service to the decisions to purchase Nasi Pecel Bu Nur in Ponorogo, (3) there is an influence of store atmosphere on the decision to buy a shop Nasi Pecel Bu Nur in Ponorogo, (4) There is an influence between taste, service quality, and store atmosphere towards the purchase desision of Warung Nasi Pecel Bu Nur in Ponorogo.

Keyword : Taste, Service Quality, Store Atmosphere and Purcase Decision

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian di Warung Nasi Pecel Bu Nur Ponorogo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Data dari penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner online kepada responden kemudian diolah menggunakan software SPSS 26. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Ponorogo yang menjadi konsumen warung Nasi Pecel Bu Nur. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan metode *simple random sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Terdapat pengaruh antara cita rasa terhadap keputusan pembelian warung Nasi Pecel Bu Nur di Ponorogo, (2) Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian warung Nasi Pecel Bu Nur di Ponorogo, (3), Terdapat pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian warung Nasi Pecel Bu Nur di Ponorogo, (4) Terdapat pengaruh antara cita rasa, kualitas elayanna, dan *store atmosphere* terhadap keutusan pembelian Warung Nasi Pecel Bu Nur di Ponorogo.

Kata Kunci : Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere* dan Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT senantiasa penulis panjatkan karena atas segala nikmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada “Warung Nasi Pecel Bu Noer” Ponorogo)” dengan lancar dan tepat waktu. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Pada penulisan skripsi ini, penulis menyadari banyak mengalami kesulitan, tetapi berkat bimbingan serta pengarahan dari berbagai pihak, maka skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada yang terhormat:

1. Allah SWT yang telah menganugerahkan penulis kemampuan berfikir sehingga proposal skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya.
2. Bapak Dr. Happy Susanto, M.A. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan fasilitas dan kesempatan untuk dapat menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh proram Manajemen S1 di Fakultas Ekonomi.
4. Ibu Naning Kristiyana, SE., MM selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan serta bimbingan dalam memperlancar proposal skripsi ini.
5. Ibu Siti Chamidah, SE., MM selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan pengarahan serta senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing agar terselesaikannya proposal skripsi ini.

6. Ibu Wahna Widhianingrum, SP., MM selaku Dosen Pembimbing 2 yang senantiasa memberikan bimbingan serta pengarahan yang luar biasa demi terselesaikannya proposal skripsi ini.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta kelancaran dalam informasi dan admnistrasi.
8. Seluruh rekan-rekan dan keluarga terutama kedua orang tua yang selalu memberikan doa maupun dukungan luar biasa.

Semoga Allah SWT memberikan balasan terbaik kepada mereka yang telah membantu dalam terselesaikannya proposal skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan proposal skripsi ini. Semoga proposal skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan dapat digunakan sebagai referensi pengetahuan bagi semua pihak yang membutuhkan.



Ponorogo, November 2020

Penulis

Ema Vienenta Anggi Setyani

HALAMAN DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KODE ETIK PENILAIAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
RINGKASAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
BAB II	9
KAJIAN TEORI	9
A. Landasan Teori	
1. Manajemen Pemasaran	9
2. Bauran Pemasaran	12
3. Perilaku Konsumen	13
4. Cita Rasa	17
5. Kualitas Pelayanan	21
6. Store Atmosphere	24
7. Keputusan Pembelian	28
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Kerangka Pemikiran	33
D. Hipotesis	34

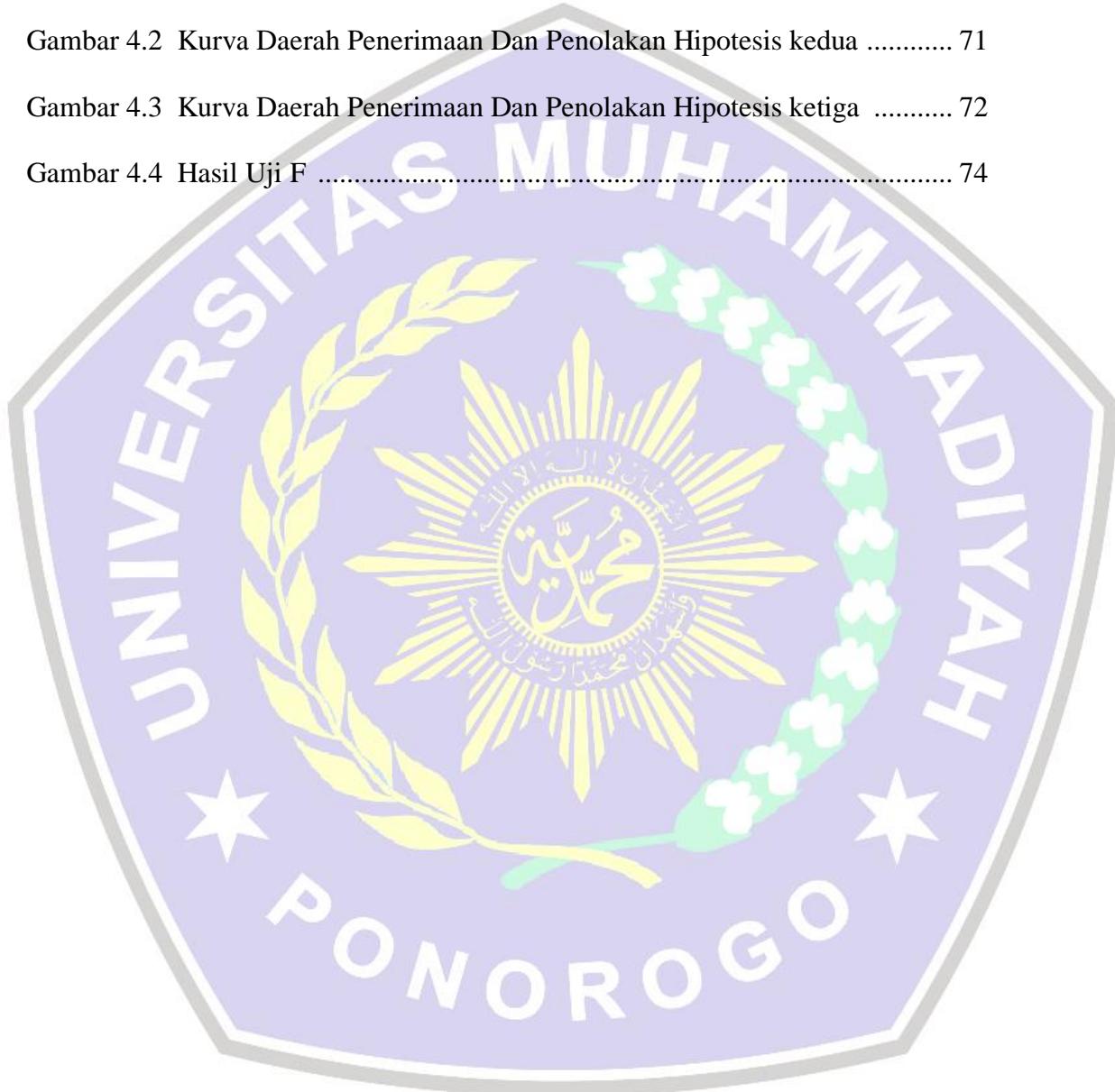
BAB III	39
METODE PENELITIAN.....	39
A. Ruang Lingkup Penelitian	39
B. Populasi dan Sampel Penelitian	39
C. Metode Pengambilan Data	41
D. Definisi Operasional Variabel	42
E. Metode Analisis Data	43
F. Uji Asumsi Klasik	48
G. Pengujian Hipotesis.....	49
BAB IV	53
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Hasil Penelitian	53
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	53
2. Tanggapan Responden	56
3. Uji Instrumen	62
4. Alat Analisis	64
5. Uji Asumsi Klasik	67
6. Pengujian Hipotesis	71
7. Pembahasan	77
BAB V	79
KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
A. Kesimpulan	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Cita Rasa	55
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan	56
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai <i>Store Atmosphere</i>	58
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian	59
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas	62
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	63
Tabel 4.11 Hasil Koefisien Determinasi	65
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4.15 Hasil Uji T	70
Tabel 4.16 Hasil Uji F	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paradigma Penelitian	34
Gambar 4.1 Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan Hipotesis kesatu	70
Gambar 4.2 Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan Hipotesis kedua	71
Gambar 4.3 Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan Hipotesis ketiga	72
Gambar 4.4 Hasil Uji F	74



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisioner Penelitian.....
- Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Responden.....
- Lampiran 3 Data Tabulasi Kuesioner Penelitian.....
- Lampiran 4 Output SPSS Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 Output SPSS Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik.....
- Lampiran 7 Uji Analisis Regresi, Uji T, dan Uji F

