

**PENGARUH CITA RASA, *STORE ATMOSPHERE* DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN DI  
RUMAH MAKAN GUO LOWO SAMPUNG PONOROGO**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi Sebagian syarat-syarat  
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu(S-1)  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

**iiiiNama i iii : Noor Zuliawati**

**iiiiiiiiiiiiiiii NIM iii : 17414563**

**iiiProgram Studi i iii : Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2021**

**PENGARUH CITA RASA, *STORE ATMOSPHERE* DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN DI  
RUMAH MAKAN GUO LOWO SAMPUNG PONOROGO**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi Sebagian syarat-syarat  
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu(S-1)  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

**iiiiNama i iii : Noor Zuliawati**

**iiiiiiiiiiiiiiii NIM iii : 17414563**

**iiiProgram Studi i iii : Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2021**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Cita Rasa, *Store Atmosphere* dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di Rumah Makan Guo Lowo Sampung Ponorogo  
Nama : Noor Zuliawati  
NIM : 17414563  
Tempat Tanggal Lahir : Ponorogo, 26 November 1998  
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diajukan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo,

Pembimbing I

Pembimbing II

Naning Kristivana, SE, MM

Sri Hartono, SE, MM

NIDN. 0721117501

NIDN. 0730127002

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Hadi Sumarsono, SE.,M.Si

NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji

Naning Kristivana, SE, MM  
NIDN. 0721117501

Siti Chamidah, SE, M. Si  
NIDN. 0019057101

Riawan, S.Pd, MM  
NIDN. 0705128502

## RINGKASAN

Tujuan dari penelitian ini guna mengetahui pengaruh cita rasa, *store atmosphere* dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada konsumen di Rumah Makan Guo Lowo Sampung Ponorogo. Populasi penelitian ini merupakan pembeli yang berkunjung di Rumah Makan Guo Lowo Sampung. Teknik Pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* serta skala yang digunakan adalah skala *likert* dengan menyebarkan kuesioner. Dalam pengambilan sampel menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan mengambil 100 responden.

Hasil penelitian menyatakan jika 1) cita rasa berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Guo Lowo Sampung Ponorogo, 2) *store atmosphere* mempunyai pengaruh positif pada keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Guo Lowo Sampung Ponorogo, 3) lokasi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Guo Lowo Sampung Ponorogo, 4) cita rasa, *store atmosphere* dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Guo Lowo Sampung Ponorogo.

**Kata Kunci : Cita Rasa, *Store Atmosphere*, Lokasi, Keputusan Pembelian**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya sehingga bisa terselesainya skripsi dengan judul “Pengaruh Cita Rasa, *Store Atmosphere* dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen di Rumah Makan Guo Lowo Sampung”. Penulis menyadari bahwa dalam terselesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, doa serta saran dari berbagai pihak. Maka dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dalam kesempatan ini, yang ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Happy Susanto, M.A, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Bapak Hadi Sumarsono, SE, M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Ibu Naning Kristiyana, S.E., MM Selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan serta saran hingga dapat terselesaikannya skripsi ini
4. Bapak Sri Hartono, S.E,MM. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan koreksi hingga dapat terselesainya skripsi ini

Ponorogo,

Penulis

Noor Zuliawati

NIM. 17414563

## PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

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 secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 28 Februari 2022



(Noor Zuliawati)

NIM. 17414563

## HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Allah SWT, yang tak terhitung nikmat dan ridho-Nya senantiasa memberikan saya kekuatan dan jalan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Mami tersayang yang telah memberikan dukungan yang luar biasa berupa moral maupun materi serta doa yang tiada henti, sehingga saya bisa seperti sekarang ini.
3. Mbahkung, Mboke dan Kakak dan Keluarga yang selalu memberikan *spirit* luar biasa guna terselesaikannya skripsi ini
4. *Support system* saya Sukmana Krisbiantoro yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat. Dan selalu mendengarkan keluh kesah saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Teman-teman saya tercinta Kyky Diah Ningrum, Triwulan Agustina, Vidia Kristiana, Chandras Setyaningrum, Rintang WP, Listianti Widia P, Sri Kartika Arya Gayatri, Nur Halimah, Mita Kulkasanah, Entik yang selalu mendukung untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman rekan kelas Manajemen G 2017 yang selalu saling membantu dan menjadi teman berjuang saya selama 4 tahun ini
7. Diri saya yang selalu kuat dan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Dan semua pihak yang telah berperan mendukung dan support saya dalam mengerjakan skripsi ini.

## MOTTO

***“JANGAN PERNAH MENYESALI SUATU PERJUANGAN”***





## DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul</b> .....	<b>i</b>
<b>Halaman Pengesahan</b> .....	<b>ii</b>
<b>Ringkasan</b> .....	<b>i</b>
<b>Kata Pengantar</b> .....	<b>ii</b>
<b>Pernyataan Tidak Melanggar Kode Etik Peneliti</b> .....	<b>iii</b>
<b>Halaman Persembahan</b> .....	<b>vi</b>
<b>Motto</b> .....	<b>v</b>
<b>Daftar Isi</b> .....	<b>vi</b>
<b>Daftar Tabel</b> .....	<b>viii</b>
<b>Daftar Gambar</b> .....	<b>ix</b>
<b>Daftar Lampiran</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
A. Landasan Teori .....	9
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2. Fungsi Pemasaran .....	9
3. Strategi Pemasaran .....	10
4. Bauran Pemasaran .....	10
5. Cita Rasa.....	12
6. <i>Srore Atmosphere</i> .....	13
7. Lokasi .....	14
8. Keputusan Pembelian .....	15
9. Perilaku Konsumen.....	18
B. Penelitian Terdahulu .....	21
C. Kerangka Pemikiran .....	24
D. Pengembangan Hipotesis .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>27</b>

A. Ruang Lingkup Penelitian .....	27
B. Populasi Dan Sampel Penelitian .....	27
C. Metode Pengambilan Data .....	29
D. Definisi Operasional Variabel .....	30
E. Metode Analisis Data .....	33
1. Uji Instrumen Data .....	33
a) Uji Validitas .....	33
b) Uji Realibilitas .....	33
2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	34
3. Koefisien Determinasi .....	35
4. Uji Signifikansi Individual (Uji T) .....	35
5. Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
A. Hasil Penelitian .....	37
1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	37
B. Gambaran Umum Responden .....	38
C. Pembahasan .....	55
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>59</b>
A. Kesimpulan .....	59
B. Saran .....	60
Daftar Pustaka .....	62
Lampiran .....	64

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
Tabel 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	40
Tabel 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	41
Tabel 6 Jawaban Responden Mengenai Cita Rasa .....	42
Tabel 7 Jawaban Responden Mengenai <i>Store Atmosphere</i> .....	43
Tabel 8 Jawaban Responden Mengenai Lokasi.....	44
Tabel 9 Jawaban Mengenai Keputusan Pembelian .....	44
Tabel 10 Hasil Uji Validitas .....	45
Tabel 11 Hasil Uji Realibilitas .....	47
Tabel 12 Hasil Persamaan Analisis Regresi Linier Berganda .....	48
Tabel 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	50
Tabel 14 Hasil Uji T Parsial .....	51
Tabel 15 Hasil Uji F Simultan.....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	24
Gambar 2 Kurva T Hitung Variabel Cita Rasa.....	52
Gambar 3 Kurva T Hitung Variabel <i>Store Atmosphere</i> .....	52
Gambar 4 Kurva T Hitung Variabel Lokasi .....	53
Gambar 5 Kurva F Hitung .....	55



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Uji Validitas Cita Rasa (X1).....	64
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas <i>Store Atmosphere</i> (X2).....	65
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Lokasi (X3) .....	66
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	67
Lampiran 5 Hasil Uji Realibilitas .....	68
Lampiran 6 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
Lampiran 7 Kuesioner Penelitian .....	70
Lampiran 8 Tabulasi Data .....	74
Lampiran 9 Tabel R.....	79
Lampiran 10 Tabel T.....	81
Lampiran 11 Tabel F.....	82

