

HALAMAN MOTTO

Demi masa, sesungguhnya manusia itu benar – benar dalam kerugian, kecuali orang – orang yang beriman dan beramal sholeh dan nasehat menasehati supaya mentaati kebenaran dan nasehat menasehati supaya menatapi kebenaran.

(QS.Al'Asr:1-3)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kelancaran, kekuatan dan kesabaran sehingga Tugas Akhir (Skripsi) ini dapat terselesaikan.

Tugas Akhir (Skripsi) ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memotivasi dan mensupport.
2. Istri tercinta Yunita Nurmaeni yang selalu memberikan dukungan.
3. Anaku tersayang Sagara Rishi Ananta.



ABSTRACT

This research aims to determine the influence of service quality, store atmosphere and location on purchasing decisions at the Gendut Taman restaurant in Kebumen. The aim of the research is to find out how big the influence is, both partially and simultaneously. The sample data taken in this research were consumers at the Gendut Taman restaurant in Kebumen, totaling 100 respondents. The instrument or data collection tool in this research is using a questionnaire. The data analysis tool used in this research is multiple linear regression analysis. Data analysis techniques used include qualitative analysis and quantitative analysis consisting of validity test, reliability test, t test, F test, multiple linear regression analysis. Data were analyzed with the help of the SPSS Release 25 for Windows program. The results of the analysis prove that the first hypothesis is that service quality partially has a positive and significant influence on purchasing decisions. The results of the second hypothesis are that store atmosphere partially has a positive and significant influence on purchasing decisions. The results prove the third hypothesis that location partially has a significant positive influence on purchasing decisions. The results of the fourth hypothesis are that service quality, store atmosphere and location simultaneously have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: *Service Quality, Store Atmosphere Location and Purchasing Decisions*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan Lokasi terhadap Keputusan pembelian pada Rumah Makan Gendut Taman Kebumen. Tujuan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara parsial maupun simultan. Data sampel yang diambil pada penelitian ini yaitu konsumen pada Rumah Makan Gendut Taman Kebumen yang berjumlah 100 sebagai responden. Instrumen atau alat pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan angket/kuesioner. Alat analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda. Teknik analisis data yang digunakan antara lain analisis kualitatif dan analisis kuantitatif yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji t, uji F, analisis regresi linier berganda. Data dianalisis dengan bantuan *program SPSS Release 25 for Windows*. Hasil analisis membuktikan bahwa hipotesis pertama bahwa kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Hasil hipotesis ke dua bahwa *store atmosphere* secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pembuktian hipotesis ketiga bahwa lokasi secara parsial mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil hipotesis keempat kualitas pelayanan, *store atmosphere*, dan lokasi secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere Lokasi dan Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa melimpahkan rahmat, petunjuk dan karunia-Nya, sehingga dengan penolong-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere* dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Gendut Taman Kebumen. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat dibangku kuliah dengan kehidupan nyata khususnya dalam bidang ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur. Namun penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini tentulah masih banyak sekali kekurangan yang perlu diperbaiki, itu semua dikarenakan masih dangkalnya ilmu pengetahuan yang ada pada diri penulis dan oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dengan perbaikan karya penulis dimasa yang akan datang.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada semua pihak yang selalu memberikan bantuan baik fisik maupun motivasi dan dorongan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Parmin, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Segenap dosen dan civitas Akademika UPB Kebumen yang telah membantu dalam menyusun skripsi ini.
3. Pemilik dan manajemen Rumah Makan Gendut Taman Kebumen yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Rumah Makan Gendut Taman Kebumen.
4. Responden Rumah Makan Gendut Taman Kebumen yang telah memberikan waktunya kepada penulis untuk mengambil data yang sangat diperlukan untuk keberlangsungan penulis skripsi.
5. Keluargaku yang telah memberikan bantuan materi maupun doanya.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang baik kepada semua pihak yang telah membntu dan mendukung penulis. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, Juli 2024

Penulis,

Masruri

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PRAGIARISME	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.5.1 Manfaat Teoritis	11
1.5.2 Manfaat Praktis	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Tinjauan Teori	13
2.1.1 Keputusan Pembelian	13
2.1.2 Kualitas Pelayanan	18
2.1.3 <i>Store Atmosphere</i>	26
2.1.4 Lokasi	31
2.2 Penelitian Terdahulu	36
2.3 Hubungan Antar Variabel	45
2.4 Model Empiris	48
2.5 Hipotesis	49
BAB III MOTODE PENELITIAN	50
3.1 Objek dan Subyek Penelitian	50
3.1.1 Objek Penelitian	50
3.1.2 Subyek Penelitian	50
3.2 Variabel Penelitian	50
3.3 Definisi Operasional Variabel	51
3.4 Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	58
3.5 Data dan Teknik Pengumpulan Data	60
3.5.1 Jenis Data	60
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	61
3.6 Populasi dan Sampel Penelitian	62

3.6.1 Populasi Penelitian	62
3.6.2 Sampel Penelitian	63
3.7 Teknik Analisis	65
3.7.1 Analisis Deskriptif	65
3.7.2 Analisis Statistik	66
3.8 Alat Analisis Data	66
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	76
4.1 Analisis Deskriptif	76
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	76
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	78
4.2 Analisis Statistik	78
4.2.1 Uji Validitas	79
4.2.2 Uji Reliabilitas	82
4.2.3 Asumsi Klasik	83
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda	85
4.3 Uji Hipotesis	88
4.4 Pembahasan	90
BAB V SIMPULAN	95
5.1 Simpulan	95
5.2 Keterbatasan	96
5.3 Implikasi	97
5.3.1 Implikasi Praktis	98
5.3.2 Implikasi Teoritis	99
DAFTAR PUSTAKA	102
Kuesioner	104

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I-1 Jumlah Konsumen	3
Tabel I-2 Miniriset	4
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu	44
Tabel III-1 Indikator Keputusan Pembelian pada Kuesioner	53
Tabel III-2 Indikator Kualitas Pelayanan pada Kuesioner	55
Tabel III-3 Indikator <i>Store Atmosphere</i> pada Kuesioner	56
Tabel III-4 Indikator Lokasi pada Kuesioner	58
Tabel IV-1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel IV-2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	77
Tabel IV-3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
Tabel IV-4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	78
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	79
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Store Atmosphere</i>	80
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	81
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	81
Tabel IV-9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	83
Tabel IV-10 Hasil Uji Multikolinieritas	83
Tabel IV-11 Hasil Regresi Linier Berganda	86
Tabel IV-12 Hasil Uji Hipotesis	88
Tabel IV-13 Hasil Regresi Uji Simultan	90
Tabel IV-14 Hasil Regresi Koefisien Determinasi	94

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II-1 Konsep Keputusan Pembelian	14
Gambar II-1 Model Empiris	48
Gambar IV-1 Uji Heterokedstisitas	84
Gambar IV-2 Uji Normalitas	85



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Lampiran Data Responden	110
2. Lampiran Hasil SPSS	113
3. Lampiran r Tabel	120
4. Lampiran t Tabel	123
5. Lampiran F Tabel	125
6. Lampiran Kartu Seminar	128
7. Lampiran Kartu Bimbingan.....	129

