

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PRODUK,
DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DI FOOD COURT MORO
PURWOKERTO**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen S1

TIKA NARFIANTI NURHIKMAH

1602010187

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PRODUK,
DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DI FOOD COURT MORO
PURWOKERTO**



SKRIPSI

Oleh :

TIKA NARFIANTI NURHIKMAH

1602010187

Diterima dan disetujui oleh :

Pembimbing



Arini Hidayah, SE, M.Si

NIK. 2160341

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Tika Narfianti Nurhikmah
NIM : 1602010187
Program : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Food Court Moro Purwokerto.**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Arini Hidayah, S.E, Msi.
Anggota 1 : Dra. Hj. Tri Septin Muji Rahayu, Msi.
Anggota 2 : Fatmah Bagis, SE, M.Si.



Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 3 Februari 2020

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Naelti Tubastuvi, SE., M.Si.
NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tika Narfianti Nurhikmah
NIM : 1602010187
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 3 Januari 2020

Yang membuat Pernyataan



Tika Narfianti Nurhikmah

MOTTO

“Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus dari rahmat Allah melainkan orang-orang yang kafur”. (Q.S Yusuf : 87)

“Dan hanya kepada Allah hendaknya kamu berharap”. (Q.S Al Insyirah : 8)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”. (Q.S Al Insyirah: 5)

“Berpikirlah positif, tidak peduli seberapa keras kehidupanmu.” (Ali bin abi Thalib)

“Air mata berasa asin itu karena air mata adalah garam kehidupan”. (Buya Hamka)

“Jangan pernah menyerah ketika Anda masih mampu berusaha lagi. Tidak ada kata berakhir sampai Anda berhenti mencoba”. (Brian Dyson)

PERSEMBAHAN



Kupersembahkan skripsi ini kepada :

Sujud syukurku ku persembahkan Kepada-Mu Ya Allah, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depanku, dalam meraih cita-cita.

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk,

Bapak dan Ibuku tercinta (Bapak Narwanto dan Ibu Robiyah), Terima kasih atas kasih sayang yang berlimpah dari mulai Saya lahir, hingga sudah sebesar ini. Terima kasih juga atas limpahan do'a yang tak berkesudahan. Serta segala hal yang telah dilakukan, semua yang terbaik.

KATA PENGANTAR



Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya sadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Bapak Dr. Anjar Nugroho, M.S.I., M.H.I. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
- 2) Ibu Dr. Naelati Tubastuvi, S.E, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
- 3) Bapak Hermin Endratno, S.E, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
- 4) Ibu Arini Hidayah, S.E, M.si, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
- 5) Kedua orang tua Bapak Narwanto dan Ibu Robiyah, yang selalu mendukung dan mendo'akan yang tidak terbatas kepada penulis sehingga penulis selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap masalah dalam menyusun skripsi ini.
- 6) Teman-teman Manajemen S1 angkatan 2016, hari-hari bersama kalian, berjuang bersama dan banyak kenangan yang tidak akan terlupakan.
- 7) Untuk keluarga besar Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Pimpinan Komisariat Ekonomi dan Bisnis, atas pengalaman dan pelajaran hidup yang luar biasa, serta do'a yang diberikan untuk kesuksesan kita semua.

- 8) Teruntuk Rosa Dian Nita, Tutut Arinda Herawati, Siska Listianingtyas, Iin Andriani, dan semua anggota RUDYZA, yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada Saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
- 9) Teruntuk bapak kos (Bapak H. Muchlis, S.T.) dan seluruh penghuni kos pelangi 3, yang selalu membantuku baik mendo'akan, menyemangati, dan sekaligus mewarnai hariku selama 3,5 tahun menjadi penghuni kos pelangi 3.
- 10) Teruntuk Mas Hamdan Fanani, S.M, Yuliani, Hanifah Nurhasanah, Risma Anggi Tirani, Fitri Setiyowati, Uji Ikhtiarini Istiqomah, Raden Roro Eka Aprilia, dan Riska Rinjani, yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada Saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
- 11) Dan Semua pihak yang tak bisa disebutkan satu persatu yang telah mendukung dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu, Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, 04 Januari 2020

Penulis



Tika Narfianti Nurhikmah

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tika Narfianti Nurhikmah
NIM : 1602010187
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Food Court Moro Purwokerto.**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengaliformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Purwokerto, 3 Januari 2020

Yang Menyatakan



Tika Narfianti Nurhikmah

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PRODUK, DAN
EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN DI FOOD COURT MORO PURWOKERTO**

Tika Narfianti Nurhikmah¹

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Email : 9a36tikanarfianti.n@gmail.com

Arini Hidayah, S.E, M.Si²

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Email : hidayaharini99@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, kualitas produk, dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang melakukan keputusan pembelian di Food Court Moro Purwokerto dan sampel penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis linear berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil uji instrument data menunjukkan bahwa validitas dan reliabilitas sudah memenuhi kriteria. Hasil penelitian dengan menggunakan (uji F) menunjukkan bahwa *store atmosphere*, kualitas produk, dan ekuitas merek secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan variabilitas sebesar 47,5%, sedangkan hasil penelitian dengan menggunakan (uji t) menunjukkan bahwa *store atmosphere*, kualitas produk, dan ekuitas merek secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *store atmosphere*, kualitas produk, ekuitas merek, keputusan pembelian.

THE EFFECT OF STORE ATMOSPHERE, PRODUCT QUALITY, AND BRAND EQUITY, CONSUMER PURCHASING DECISIONS OF FOOD COURT MORO PURWOKERTO

Tika Narfianti Nurhikmah¹

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Email : 9a36tikanarfianti.n@gmail.com

Arini Hidayah, S.E, M.Si²

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Email : hidayaharini99@yahoo.co.id

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of store atmosphere, product quality, and brand equity on purchasing decisions. The population of this study is consumers who make purchasing decisions at the Moro Purwokerto Food Court and the sample of this study were 100 respondents using purposive sampling techniques. Analysis of the data used in this study is the validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear analysis, coefficient of determination, and hypothesis testing. Data instrument test results indicate validity and reliability have met the criteria. The results of the study using (F test) showed that the store atmosphere, product quality, and brand equity simultaneously had a significant positive effect on purchase results, with variability of 47.5%, while the results of the study using (t test) showed that the atmosphere of the store, product quality, and brand ownership are mostly positive towards purchasing decisions.

Keywords: *store atmosphere, product quality, brand equity, purchasing decisions.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Pembatasan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9

1. Perilaku Konsumen	9
2. Keputusan Pembelian Konsumen	12
3. <i>Store Atmosphere</i>	13
4. Kualitas Produk	15
5. Ekuitas Merek.....	16
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
C. Kerangka Pemikiran	25
D. Hipotesis	28
BAB III. METODE PENELITIAN	29
A. Jenis Penelitian	29
B. Populasi dan Sampel	29
1. Populasi.....	29
2. Sampel	30
C. Metode Pengumpulan Data	31
D. Variabel Penelitian	32
E. Definisi operasional	33
F. Metode Analisis Data	35
1. Uji Instrumen Data	35
a. Uji Validitas	35
b. Uji Realibilitas	35
2. Uji Asumsi Klasik	36
a. Uji Normalitas	36
b. Uji Multikolinearitas	36

c. Uji Heteroskedastisitas	37
G. Uji Analisis Regresi Berganda	38
H. Uji Kecocokan Model	39
1. Uji Determinasi	39
2. Uji Hipotesis	39
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN	44
A. Hasil Penelitian	44
B. Pembahasan	64
BAB V PENUTUP	71
A. Kesimpulan	71
B. Keterbatasan Penelitian	71
C. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 3.1 Kurva Uji F Hipotesis Pertama	40
Gambar 3.2 Kurva Uji t	42
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	42
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga	43
Gambar 4.1 Kurva Uji F	61
Gambar 4.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	63
Gambar 4.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga	63
Gambar 4.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Definisi Operasional	33
Tabel 4.1 <i>Respon Rate</i>	46
Tabel 4.2 Deskripsi Responden	47
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Store Atmosphere</i>	49
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Ekuitas Merek	51
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolonieritas	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4.11 Hasil Analisis regresi Linier Berganda	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (F)	61
Tabel 4.14 Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian	65
Tabel 4.15 Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Variabel <i>Store Atmosphere</i>	67
Tabel 4.16 Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Variabel Kualitas Produk	68
Tabel 4.17 Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Variabel Ekuitas Merek	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	77
Lampiran 2 Data Penyebaran Kuesioner	83
Lampiran 3 Data Deskripsi Responden	85
Lampiran 4 Nilai Tabulasi Data	88
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	100
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	105
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik	106
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	108
Lampiran 9 Hasil Uji Determinasi	109
Lampiran 10 Hasil Uji F	110
Lampiran 11 Hasil Uji Deskriptif	111
Lampiran 12 r Tabel	113
Lampiran 13 t Tabel	116
Lampiran 14 F Tabel	120