

SKRIPSI

Pengaruh Harga, Lokasi, *Store Atmosphere* Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Fashion Di Butik Fenila Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

Moch Anwar Rocky
NIM. 1710411096

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

2021

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Moch Anwar Rocky
NIM : 1710411096
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : Pengaruh Harga, Lokasi, *Store Atmosphere* Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Fashion Di Butik Fenila Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 19 November 2021

Yang menyatakan,



Moch Anwar Rocky
NIM. 17.10.411.096

SKRIPSI

Pengaruh Harga, Lokasi, *Store Atmosphere* Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Fashion Di Butik Fenila Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

Moch Anwar Rocky
NIM. 1710411096

Pembimbing:

Dosen Pendamping Utama : Seno Sumowo, SE., M.M

Dosen Pembimbing Pendamping : Ira Puspita Dewi S, SE, MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Pengaruh Harga, Lokasi, *Store Atmosphere* Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Fashion Di Butik Fenila Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Moch anwar Rocky
NIM : 17104110096
Hari : Jum'at
Tanggal : 19 November 2021
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

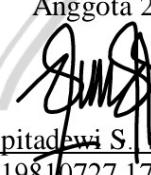
Tim Pengaji,

Drs. M. Naelly Azhad. M.Si
NIP 19661231199031000

Anggota 1,


Seno Sumowo, S.E., M.M
NPK 01 09'288

Anggota 2,


Ira Puspitadewi S. SE, MM
NPK 19810727.1703795

Mengesahkan:



Maheni Ika Sari, SE., MM
NIP 19770 811 2005 01 2001

Ketua Jurusan,



Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM
NPK 0714058604

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ” Pengaruh Harga, Lokasi, *Store Atmosphere* Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Fashion Di Butik Fenila Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Maheni Ika Sari, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- b. Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- c. Seno Sumowo, SE., M.M, selaku dosen pembimbing I dan Ira Puspita Dewi S, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. Drs. M. Naely Azhad. M.Si, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
- e. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
- f. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiaannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
- g. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
- h. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2017 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
- i. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, 19 November 2021

Penyusun

Moch Anwar Rocky



MOTTO

“ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Asy Syarh : 5)

“Berdoalah kepada ku pastilah aku kabulkan untukmu”

(QS. Al Mukmin :60)

“Waktu bagaikan pedang, jika engkau tidak memanfaatkannya dengan baik (untuk memotong), maka ia akan memanfaatkanmu (potong).

(HR. Muslim)

“Surga itu dibawah telapak kaki ibu”

(HR. Ahmad)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Manajemen Pemasaran	9
2.1.3 Pengertian Harga.....	9
2.1.4 Pengertian Lokasi	10
2.1.5 <i>Store Atmosphere</i>	11
2.1.6 Elemen <i>Store Atmosphere</i>	11
2.1.7 Kualitas Layanan	12
2.1.8 Bentuk Layanan	13
2.2 Keputusan Pembelian	15
2.3 Tinjauan Penelitian Terdahulu	17
2.4 Kerangka Konseptual	19
2.5 Hipotesis Penelitian	20
BAB 3 METODE PENELITIAN	22
3.1 Identifikasi Variabel	22
3.1.1 Variabel Bebas	22

3.1.2 Variabel Terikat	22
3.2 Definisi Operasional Variabel	22
3.3 Desain Penelitian	24
3.4 Jenis dan Sumber Data	24
3.4.1 Data Sekunder	24
3.4.2 Data Primer	34
3.5 Populasi	24
3.6 Metode Pengumpulan Data	25
3.7 Teknik Analisis Data	26
3.7.1 Uji Instrumen Data	26
3.7.2 Uji Validitas	27
3.7.3 Uji Reliabilitas	27
3.7.4 Uji Asumsi Klasik	28
3.7.4.1 Uji Normalitas	28
3.7.4.2 Uji Multikolinearitas	28
3.7.4.3 Uji Heteroskedastisitas	28
3.7.5 Analisis Regresi Linier Berganda	28
3.7.6 Uji Hipotesis	29
3.7.6.1 Uji Parsial (Uji t)	29
3.7.8 Koefisien Determinasi (R^2)	29
BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN	31
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	31
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	31
4.1.2 Struktur Organisasi	31
4.1.3 Fungsi Dan Tugas Jabatan	32
4.2 Aspek Personalia	32
4.3 Aspek Pemasaran	33
4.4 Analisis Data	33
4.4.1 Diskriptif Statistik Responden	33
4.4.2 Diskriptif Variabel Penelitian	33
4.4.2.1 Harga (X1)	34
4.4.2.2 Lokasi (X2)	36
4.4.2.3 Suasana Toko (X3)	37
4.4.2.4 Kualitas Layanan (X4)	39
4.4.2.5 Keputusan Pembelian (Y)	40
4.4.3 Uji Instrumen Data	42
4.4.3.1 Pengujian Validitas Data	42
4.4.3.2 Pengujian Reliabilitas Data	43
4.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda	43

4.4.5 Pengujian Asumsi Klasik	45
4.4.5.1 Pengujian Normalitas	45
4.4.5.2 Pengujian Multikolinearitas	46
4.4.5.3 Pengujian Heterokedastisitas	46
4.4.6 Pengujian Hipotesis	47
4.4.6.1 Uji t	47
4.4.7 Koefisien Determinasi	48
4.5 Pembahasan	49
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1:	Rekapitulasi Penjualan Butik Fenila.....	5
Tabel 2.1:	Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 4.1:	Responden Menurut Usia	33
Tabel 4.2:	Responden Menurut Jenis Kelamin	33
Tabel 4.3:	Responden Menurut Masa Menjadi Konsumen	34
Tabel 4.4:	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Harga	35
Tabel 4.5:	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Lokasi	36
Tabel 4.6:	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Suasana Toko ..	38
Tabel 4.7:	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Kualitas Layanan ..	39
Tabel 4.8:	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	41
Tabel 4.9:	Hasil Pengujian Validitas	42
Tabel 4.10:	Hasil Pengujian Reliabilitas	43
Tabel 4.11:	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	44
Tabel 4.12:	Hasil Hasil Uji Multikolinearitas	46
Tabel 4.13:	Hasil Uji t	47
Tabel 4.14:	Hasil Uji Koefisien Determinasi	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1:	Tahap Proses Keputusan Pembelian	16
Gambar 2.2:	Kerangka Konsep Penelitian	19
Gambar 4.1:	Struktur Organisasi Butik Fenila,,,,...	32
Gambar 4.2:	Hasil Pengujian Normalitas	45
Gambar 4.3:	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	47



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: Pengantar Kuesioner, Petunjuk Pengisian Kuesioner, Kuesioner Penelitian

LAMPIRAN 2: Frekuensi Pernyataan Responden

LAMPIRAN 3: Uji Validitas

LAMPIRAN 4: Uji Reliabilitas

LAMPIRAN 5: Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis

LAMPIRAN 6: Tabel r Product Moment dan Tabel Distribusi t

LAMPIRAN 7: Dokumentasi Penelitian