

SKRIPSI

Pengaruh *Hedonik Value*, *Store Atmosphere* Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pizza Hut Di Kedai Rilex Jember

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



Oleh :

Mochamad Alfian Firmansyah

NIM. 1710411120

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2022**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mochamad Alfian Firmansyah
NIM : 1710411120
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : Pengaruh *Hedonik Value*, *Store Atmosphere* Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pizza Hut Di Kedai Rilex Jember; 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, 14 Januari 2022

Yang menyatakan,



Mochamad Alfian Firmansyah
NIM. 1710411120

SKRIPSI

Pengaruh *Hedonik Value*, *Store Atmosphere* Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pizza Hut Di Kedai Rilex Jember

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



Oleh:

**Mochamad Alfian Firmansyah
NIM. 1710411120**

Pembimbing:

Dosen Pendamping Utama : Dr. Ni Nyoman Putu Martini G, M.M


Dosen Pembimbing Pendamping : Tatit Diansari R, SE, MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Pengaruh *Hedonik Value*, *Store Atmosphere* Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pizza Hut Di Kedai Rilex Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Mochamad Alfian Firmansyah
NIM : 17104110120
Hari : Jum'at
Tanggal : 14 Januari 2022
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



Dr. Nurul Qomariah, M.M.
NPK 06 03 426

Anggota 1,



Dr. Ni Nyoman Putu Martini, SE., MM
NPK 02 03 499

Anggota 2,



Tatit Diansari R., SE., MM
NPK 0721039002

Mengesahkan :



Mahen Wika Sari, S.E., MM

NIP. 197708112005012001



Ketua Program Studi,

Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM

NPK. 1986051411703796

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah SWT Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ” Pengaruh *Hedonik Value*, *Store Atmosphere* Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pizza Hut Di Kedai Rilex Jember”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) 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. Dr. Ni Nyoman Putu Martini, SE., MM, selaku dosen pembimbing I dan Tatit Diansari R, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. Dr. Nurul Qomariah, M.M, 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 perhatiannya 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, 14 Januari 2022

Penyusun

Mocahamd Alfian Firmansyah



MOTTO

“ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Asy Syarh : 5)

“Berdoalah kepada ku pastilah aku kabulkan untukmu”

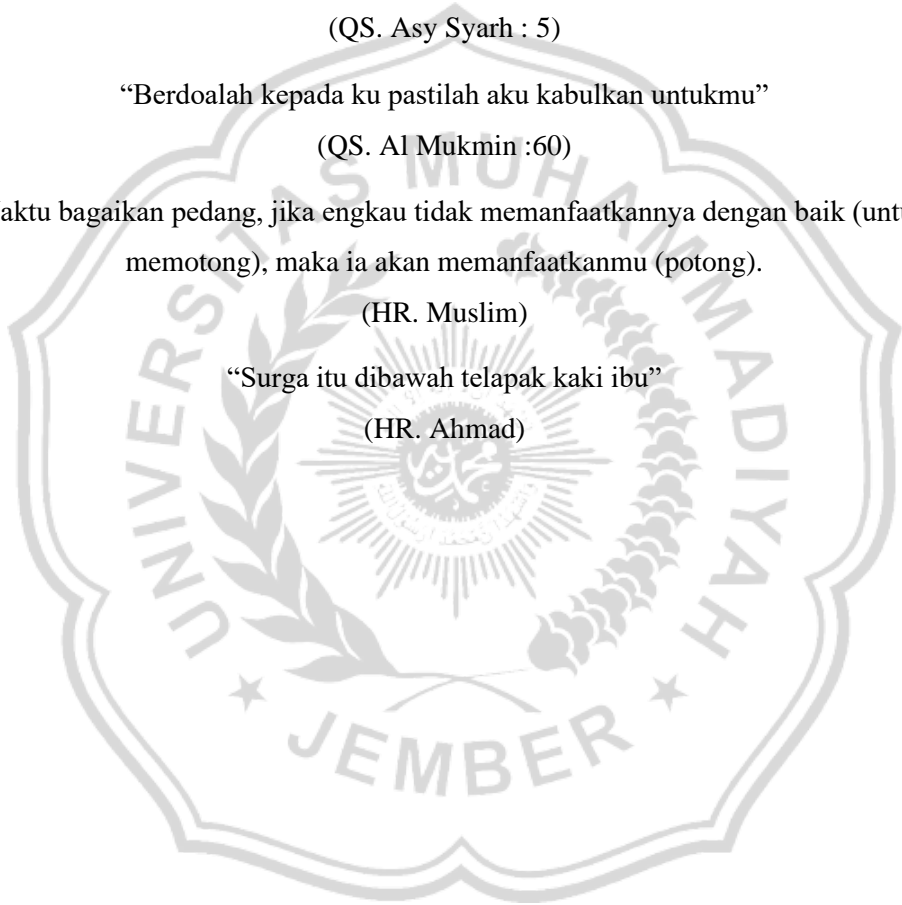
(QS. Al Mukmin :60)

“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)



ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada konsumen Pizza Hut Di Kedai Rilex Jember. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *hedonic value*, suasana toko, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Pizza Hut Di Kedai Rilex Jember. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan melakukan observasi, wawancara dan kuesioner terhadap 100 responden dengan teknik *purposive sampling*, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji F, uji t, koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel *hedonic value* (0,230), suasana (0,285), dan promosi (0,262), semuanya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dari uji t diperoleh hasil *hedonic value* (0,001) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Uji suasana (0,000) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Serta promosi (0,000), semuanya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

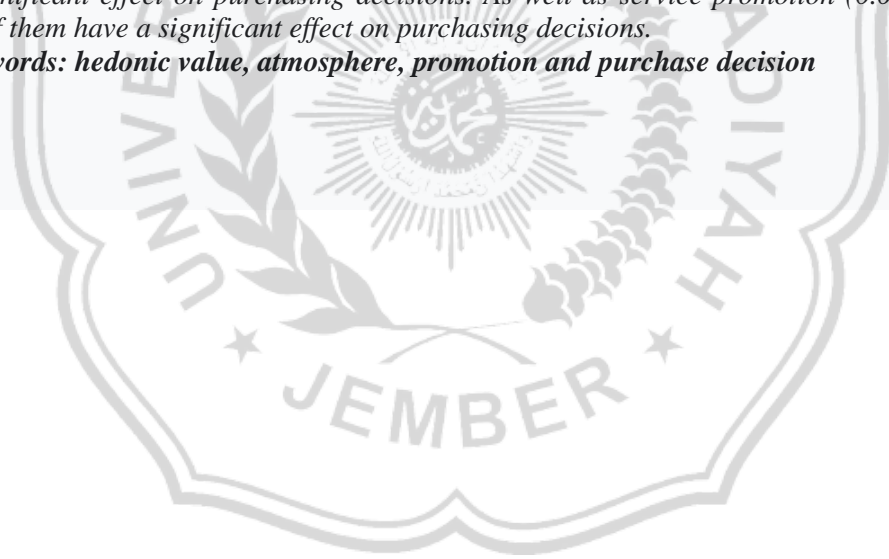
Kata kunci: *hedonic value*, suasana, promosi dan keputusan pembelian



ABSTRACT

This research was conducted on Pizza Hut consumers at the Rilex Jember Shop. This study aims to determine the effect of hedonic value, store atmosphere, and promotion on purchasing decisions at Pizza Hut at Kedai Rilex Jember. In this study, data were collected by means of observation, interviews and questionnaires to 100 respondents with purposive sampling technique, which aims to determine respondents' perceptions of each variable. The analysis used includes data instrument testing (validity test, and reliability test), multiple linear regression analysis, classical assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), and hypothesis testing (F test, t test, coefficient of determination). From the results of the analysis using regression, it can be seen that the hedonic value variables (0.230), atmosphere (0.285), and promotions (0.262), all have a positive effect on purchasing decisions. From the t test, the hedonic value (0.001) has a significant effect on purchasing decisions. Atmosphere test (0.000) has a significant effect on purchasing decisions. As well as service promotion (0.000), all of them have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: hedonic value, atmosphere, promotion and purchase decision



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 Hedonik Value	9
2.1.4 Indikator Hedonik Value	10
2.1.5 <i>Store Atmosphere</i>	10
2.1.6 Indikator <i>Store Atmosphere</i>	11
2.1.7 Promosi	12
2.2 Keputusan Pembelian	13
2.3 Tinjauan Penelitian Terdahulu	14
2.4 Kerangka Konseptual	17
2.5 Hipotesis Penelitian	18
BAB 3 METODE PENELITIAN	20
3.1 Identifikasi Variabel	20
3.1.1 Variabel Bebas	20
3.1.2 Variabel Terikat	20

3.2	Definisi Operasional Variabel	20
3.3	Desain Penelitian	22
3.4	Jenis dan Sumber Data	22
3.4.1	Data Sekunder	22
3.4.2	Data Primer	22
3.5	Populasi	22
3.6	Metode Pengumpulan Data	23
3.7	Teknik Analisis Data	24
3.7.1	Uji Instrumen Data	24
3.7.2	Uji Validitas	24
3.7.3	Uji Reliabilitas	25
3.7.4	Uji Asumsi Klasik	26
3.7.4.1	Uji Normalitas	26
3.7.4.2	Uji Multikolinearitas	26
3.7.4.3	Uji Heteroskedastisitas	26
3.7.5	Analisis Regresi Linier Berganda	26
3.7.6	Uji Hipotesis	27
3.7.6.1	Uji Parsial (Uji t)	27
3.7.7	Koefisien Determinasi (R^2)	27
BAB 4	HASIL DAN PENBAHASAN	28
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	28
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	28
4.1.2	Aspek Personalia	28
4.1.3	Aspek Pemasaran	29
4.2	Diskriptif Statistik Responden	29
4.3	Diskriptif Variabel Penelitian	30
4.4	Hasil Analisis Data.....	37
4.4.1	Uji Instrumen Data	37
4.4.2	Pengujian Asumsi Klasik	39
4.4.3	Analisis Regresi Linier Berganda	41
4.4.4	Pengujian Hipotesis	42
4.4.5	Koefisien Determinasi	43
4.5	Pembahasan	43
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	46
5.1	Kesimpulan	46
5.2	Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1:	Daftar Kompetitor Pizza Hut Kedai Rilex Jember.....	5
Tabel 1.2:	Omset Penjualan Pizza Hut Kedai Rilex Jember.....	6
Tabel 2.1:	Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 4.1:	Responden Menurut Usia	29
Tabel 4.2:	Responden Menurut Jenis Kelamin	30
Tabel 4.3:	Responden Menurut Masa Menjadi Konsumen	30
Tabel 4.4:	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Hedonik value	31
Tabel 4.5:	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Suasana	32
Tabel 4.6:	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Promosi ..	34
Tabel 4.7:	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	36
Tabel 4.8:	Hasil Pengujian Validitas	38
Tabel 4.9:	Hasil Pengujian Reliabilitas	39
Tabel 4.10:	Hasil Hasil Uji Multikolinearitas	40
Tabel 4.11:	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	41
Tabel 4.12:	Hasil Uji t	42
Tabel 4.13:	Hasil Uji Koefisien Determinasi	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1:	Tahap Proses Keputusan Pembelian	13
Gambar 2.2:	Kerangka Konsep Penelitian	17
Gambar 4.1:	Hasil Pengujian Normalitas	39
Gambar 4.2:	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	40



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

