

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN
ATMOSFER TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN
CEPAT SAJI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Dinda Nabilah

8135161000



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY AND
STORE ATMOSPHERE TOWARD PURCHASE DECISION OF FAST FOOD
IN STUDENTS OF FACULTY OF ECONOMICS, STATE UNIVERSITY OF
JAKARTA***

Dinda Nabilah

8135161000



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

***Thesis is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta***

BUSINESS STUDIES EDUCATION PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2020

ABSTRAK

DINDA NABILAH, Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Toko terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan atmosfer toko terhadap keputusan pembelian makanan cepat saji. Penelitian ini dilakukan pada salah satu merek makanan cepat saji yaitu Burger King. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, selama 6 bulan terhitung sejak Januari sampai dengan Juni 2020. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *Purposive Sampling* sebanyak 150 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 19,506 + 0,244 X_1 + 0,211 X_2 + 0,357 X_3$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan Y bernilai sebesar 0,200, X_1 bernilai sebesar 0,200, X_2 bernilai sebesar 0,200 dan X_3 sebesar 0,092 karena tingkat signifikansi ketiga variabel tersebut $>0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas X_1 , Y atas X_2 dan Y atas X_3 menghasilkan nilai signifikansi pada Linearity, yaitu $0,000 < 0,05$, sehingga disimpulkan bahwa memiliki hubungan yang linier. Selanjutnya, dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas X_1 thitung = 3,735 dan ttabel = 1,97635 dan Y atas X_2 thitung = 3,137 dan ttabel = 1,97635 dan Y atas X_3 thitung = 5,107 dan ttabel = 1,97635. Nilai koefisien korelasi antara variabel kualitas produk (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,370 dan nilai koefisien korelasi antara variabel kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,410 dan nilai koefisien korelasi variabel atmosfer toko (X_3) terhadap keputusan pembelian sebesar 0,447. Jadi, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian, pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian serta pengaruh positif dan signifikan antara atmosfer toko terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan atmosfer toko terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi Y atas X_1 diperoleh sebesar 0,137 yang menunjukkan bahwa 13,7% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh kualitas produk. Sementara itu, sisanya 86,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Dan koefisien determinasi Y atas X_2 diperoleh sebesar 0,168 yang menunjukkan bahwa 16,8% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh kualitas pelayanan. sementara itu, sisanya 83,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Serta koefisien determinasi Y atas X_3 diperoleh sebesar 0,199 yang menunjukkan bahwa 19,9% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh atmosfer toko. sementara itu, sisanya 80,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Atmosfer Toko

ABSTRACT






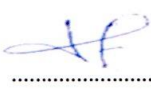
DINDA NABILAH, The Influence Of Product Quality, Service Quality And Store Atmosphere Toward Purchase Decision Of Fast Food In Students Of Faculty Of Economics, State University Of Jakarta.

This study is aimed to determine the influence of product quality, service quality and store atmosphere toward purchase decisions of fast foods. This research is on one of fast food brand, which is Burger King. This study is conducted at the Faculty of Economics, State University of Jakarta as long as 6 months, from January to June 2020. The method of this study was used a survey method. The populations of this study are all student of the Faculty of Economics, State University of Jakarta. The sampling technique which used for this study was purposive sampling technique of 150 people. The resulting regression of equation is $\hat{Y} = 19.506 + 0.244 X_1 + 0.211 X_2 + 0.357 X_3$. The test requirements for analysis are the normality test with the Kolmogorov-Smirnov test with a significance level (α) = 5% or 0.05 and produce a significant level of Y value of 0.200 , X1 is 0,200, X2 is 0,200 and X3 is 0,092 because the significance level of the three variables > 0.05, it can be concluded that the data is normally distributed and can be used in further analysis. Linearity regression test of Y for X1, Y for X2 and Y for X3 produces a significance value in Linearity, which is 0,000 < 0.05, so it is concluded that it has a linear relationship. Next, a t test was carried out and yielded Y over X1 count = 3,735 and t table = 1,97635 and Y over X2 count = 3,137 and ttable = 1,97635 and Y over X3 count = 5,107 and t table = 1,97635. Correlation coefficient between the product quality variable (X1) to the purchase decision (Y) of 0.370 and the correlation coefficient between the service quality variable (X2) to the purchase decision (Y) of 0.410 and the correlation coefficient value of the store atmosphere variable (X3) to the purchase decision amounted to 0.447. So, there is a positive and significant influence between product quality on purchasing decisions, a positive and significant influence between service quality on purchasing decisions as well as a positive and significant influence between store atmosphere on purchasing decisions. Thus, it can be concluded that there is a positive and significant influence between product quality, service quality and store atmosphere on purchasing decisions. The coefficient of determination of Y over X1 was obtained at 0.137, indicating that 13.7% of the purchase decision variable was determined by product quality. Meanwhile, the remaining 86.3% is influenced by other factors. And the coefficient of determination of Y over X2 obtained by 0.168 which shows that 16.8% of the purchase decision variable is determined by the quality of service. Meanwhile, the remaining 83.2% is influenced by other factors. As well as the coefficient of determination Y over X3 obtained by 0.199 which shows that 19.9% of the purchase decision variable is determined by the store atmosphere. Meanwhile, the remaining 80.1% is influenced by other factors.

Keywords: Purchasing Decisions, Product Quality, Service Quality, Store Atmosphere

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
PenanggungJawab Dekan Fakultas Ekonomi			
 Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Dra. Dientje Griandini,</u> <u>M.Pd</u> NIP. 195507221982102001 (Ketua)		24 Agustus 2020
2	<u>Terrylina Arvinta</u> <u>Monoarfa, S.E., MM</u> NIDN. 8854660018 (Sekretaris)		14 Agustus 2020
3	<u>Drs. Nurdin Hidayat,</u> <u>M.M., M.Si</u> NIP. 196610302000121001 (Penguji Ahli)		24 Agustus 2020
4	<u>Dr. Corry Yohana,</u> <u>MM</u> NIP. 195909181985032011 (Pembimbing 1)		19 Agustus 2020
5	<u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 197701112008122003 (Pembimbing 2)		24 Agustus 2020
Nama : Dinda Nabilah No. Registrasi : 8135161000 Program Studi : Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 27 Juli 2020			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juli 2020

Yang membuat pernyataan



Dinda Nabilah
NIM.8135161000

LEMBAR PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dinda Nabilah
NIM : 8135161000
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Pendidikan Bisnis
Alamat email : dindanabilah08@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Toko terhadap

Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi

Univesitas Negeri Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Senin. 31 Agustus 2020

(Dinda Nabilah)

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Don't worry about the mistakes, worry about the chances you miss when you don't even try.” - Jack Canfield

Bismillahirrahmanirrahim.

Segala puji bagi Allah SWT. atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Skripsi ini saya persembahkan untuk Mama, Papa, dan ketiga kakak yang selalu mencintai dan menyayangi saya dengan tulus, yang selalu mendukung saya hingga saat ini, yang selalu mendoakan serta memberikan semangat dan kepercayaannya kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Saya persembahkan juga skripsi saya untuk Ibu Corry Yohana dan Mam Ryna Parlyna yang telah banyak berjasa dalam membimbing dan mengarahkan saya sehingga skripsi ini terselesaikan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan karunia-Nya sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Toko terhadap Keputusan Pembelian Burger King pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, Peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Corry Yohana, MM selaku dosen pembimbing I yang telah banyak berjasa dalam memberikan bimbingan, ilmu, saran dan motivasi dalam membimbing penulisan skripsi ini.
2. Ryna Parlyna, MBA sebagai dosen pembimbing II sekaligus Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah banyak berjasa dalam memberikan ilmu, arahan, saran dan dukungan dalam membimbing penelitian ini.
3. Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan mengarahkan saya selama perkuliahan.

4. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Kedua orang tua tercinta yaitu, Mama Nurhuda dan Papa Nasruddin, serta ketiga kakak saya Faizah Nur Khairani, Muhammad Fahmi Basyar, Sarah Nur Fajriyati yang selalu mendukung, membantu, menemani dan menyayangi saya dengan tulus.
7. Sahabat- Sahabat yang membantu, mendukung yaitu Caca & Aji
8. Teman-teman Pendidikan Bisnis 2016 dan juga teman-teman sebimbangan yang saling membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
9. Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta yang sudah meluangkan waktunya dalam membantu penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa, dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan Peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, April 2020

Dinda Nabilah