



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA,
PROMOSI, LOKASI DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN
PANDORA 88 JEMBER**

SKRIPSI

*Untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh gelar sarjana S-1 prodi
Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Teknologi dan Sains
Mandala*

Diajukan oleh :

RIZKY PRAMANA PUTRA

21.030154

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA
JEMBER
2025**

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA,
PROMOSI, LOKASI DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN
PANDORA 88 JEMBER”**

NIDN : 0722128103

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI
PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA**

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA,
PROMOSI, LOKASI DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN
PANDORA 88 JEMBER”**

Hari/Tanggal : 21 Juni 2025

Jam ; 08:00 – 09:30

Tempat : Ruang Ujian ITS Mandala

Disetujui Oleh Tim Penguji :

Dr. Tamriatin Hidayah, S.E, MP :

Ketua Penguji

Ahmad Sauqi, S.E, MM :

Sekretaris Penguji

Dra. Haifa, MM :

Anggota Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Kaprodi Manajemen

Institut Teknologi dan Sains Mandala

Institut Teknologi dan Sains Mandala

Dr. Agustin HP, M.M

Nely Supeni, S.E, M.M

NIDN : 0717086201

NIDN : 0722128103

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RIZKY PRAMANA PUTRA

NIM : 21030154

Progam Studi : Manajemen

Judul Tugas Akhir : “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan,
Harga,Promosi, Lokasi dan Store Atmosphere Terhadap
Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Pandora 88
Jember”

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudia hari Skripsi ini terbukti hasil plagiat atau penjiplakan, Maka saya siap menanggung resiko dibatakannya karya ilmiah yang telah saya buat dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 21 Mei 2025

Yang Menyatakan,

Rizky Pramana Putra

Nim: 21030154

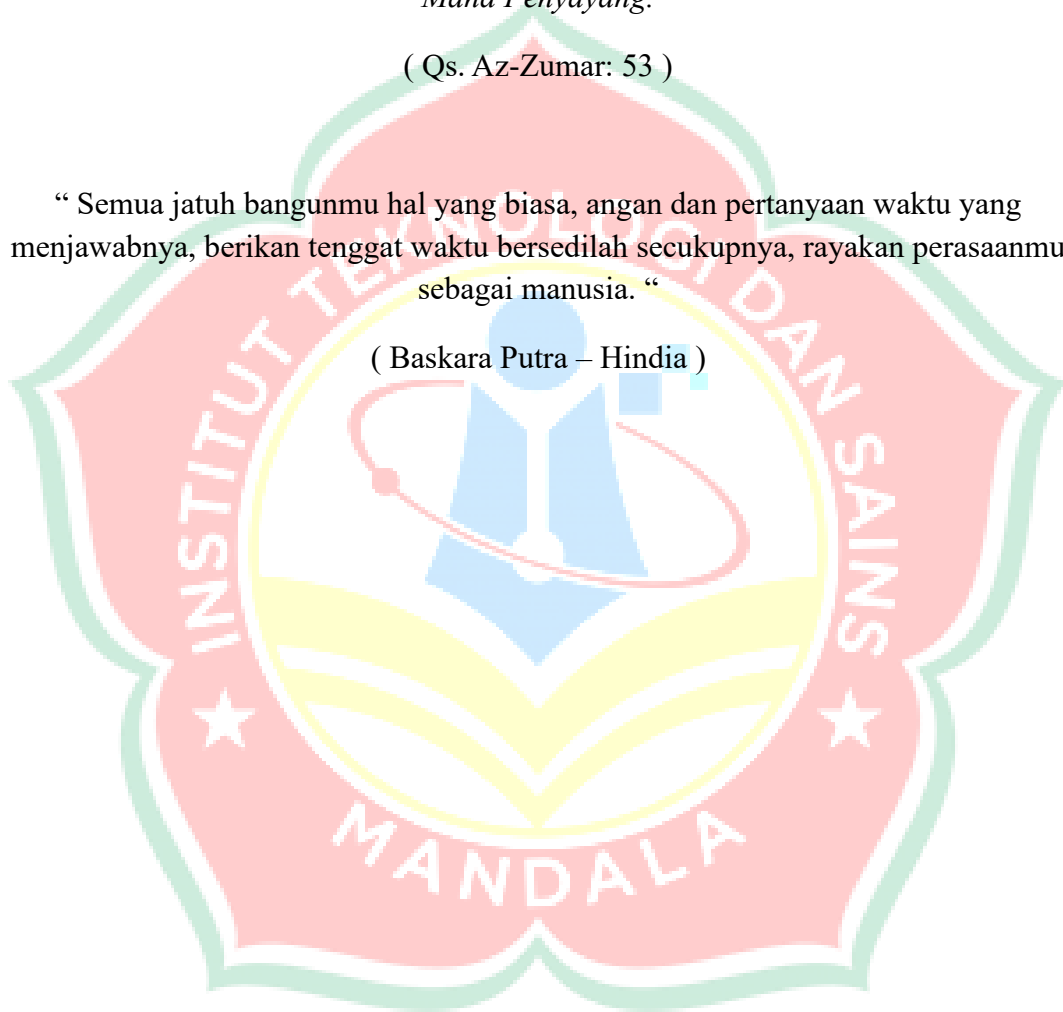
MOTTO

*“ Wahai Hamba-hambaku yang melampaui Batas terhadap diri mereka sendiri!
Janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya Allah
Mengampuni dosa-dosa semuanya ”. Sungguh, Dialah yang maha Pengampun,
Maha Penyayang.*

(Qs. Az-Zumar: 53)

“ Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang
menjawabnya, berikan tenggat waktu bersedilah secukupnya, rayakan perasaanmu
sebagai manusia. “

(Baskara Putra – Hindia)



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayahnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA, PROMOSI, LOKASI DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN PANDORA 88 JEMBER”** sebagai salah satu syarat menyelesaikan sarjana (S1) Program Studi Manajemen di Institut Teknologi Dan Sains Mandala Jember.

Peneliti menyadari bahwa Skripsi ini tidak mungkin diselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, peneliti mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Kepada pemerintah Indonesia melalui Kementrian pendidikan tinggi, Sains, dan Teknologi (Kemendiktisaintek) melalui Program KIP-Kuliah
2. Bapak Dr. Suwignyo widagno, S.E, M.M, M.P selaku Rektor ITS Mandala beserta seluruh jajaran pimpinan yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan sarjana manajemen
3. Ibu Dr. Agustin HP, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis ITS Mandala Jember
4. Ibu Nely Supeni, S.E, M.M selaku ketua Prodi Manajemen ITS Mandala Jember
5. Seluruh jajaran Dosen ITS Mandala yang telah menyalurkan ilmunya selama peneliti menempuh Pendidikan di ITS Manda Jember
6. Ibu Haifa , M.M selaku Dosen pembimbing utama yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan nasehat hingga Skripsi ini Dapat terselesaikan

7. Bapak Ahmad Sauqi, S.E,M.M selaku Dosen pembimbing Asisten yang telah memberikan Bimbingan, arahan dan nasehat hingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Kedua Orang tua Bapak Helmi Nasrudin dan ibu Khotijah serta mbah Senisa yang selalu memberikan Doa Terbaik, dukungan, serta kasih sayang tiada henti sepanjang proses perkuliahan ini.
9. Keluarga besar kelas MB terutama Wandu, Irna, wahyu, ahmad Raushan, iqbal, ifran, rizal, budi, munif yang telah banyak membantu dan memberikan semangat kepada peneliti sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Dan terakhir, ucapan Terima kasih untuk kepada diri sendiri sudah mau dan mampu menyelesaikan tanggung jawab yang diambil sendiri. Pencapaian ini merupakan hasil dari keputusan terbaik yang pernah diambil sebelumnya.

Demikian yang dapat peneliti sampaikan, semoga dapat menambah pengetahuan dan bermanfaat bagi pembaca.

Jember, 21 Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS.....	iii
PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
RINGKASAN EKSEKUTIF	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Batasan Masalah.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	9
2.2. Kajian Teori	25
1.2.1 Manajemen Pemasaran.....	25
1.2.2 Perilaku Konsumen	28
1.2.3 keputusan pembelian	29
2.2.4 Kualitas Produk.....	31
2.2.5 Kualitas Pelayanan.....	33
2.2.6 Harga.....	34

2.2.7 Promosi	35
2.2.8 Lokasi.....	36
2.2.9 Store Atmosphere.....	37
2.3 Kerangka konseptual	39
2.4 Hipotesis	39
2.4.1 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	40
2.4.2 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.....	40
2.4.3 Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian	41
2.4.4 Pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian	41
2.4.5 Pengaruh Lokasi terhadap keputusan pembelian.....	42
2.4.6 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap keputusan Pembelian	42
2.4.7 Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, Promosi, Lokasi dan <i>Store Atmosphere</i> terhadap keputusan Pembelian.....	43
BAB III	44
METODE PENELITIAN	44
3.1 Tempat/Lokasi Penelitian	44
3.2 Populasi Dan Sampel.....	45
3.2.1 Populasi.....	45
3.2.2 Sampel	45
3.3 Jenis Penelitian	46
3.4 Identifikasi Variabel.....	47
3.4.1 variabel bebas (independent)	47
3.4.2 variabel terikat (dependent)	47
3.5 Definisi Operasional Variabel Peneitian.....	47
3.6 Metode Pengumpulan Data	50
3.6.1 Observasi	50
3.6.2 Wawancara	50
3.6.3 Kusioner.....	50
3.6.4 Studi Pustaka.....	51
3.7 Metode Analisis Data	51
3.7.1 Uji Instrumen Data.....	51

3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	53
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
3.7.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	56
3.7.5 Uji Hipotesis	57
BAB IV	61
4.1 Hasil Penelitian.....	61
4.1.1 Gambaran Umum Responden.....	61
4.1.2 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	61
4.1.3 Deskripsi Responden berdasarkan Usia.....	62
4.1.3 Deskripsi Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian	62
4.2 Deskripsi variabel penelitian	63
4.3 Analisis Hasil Penelitian.....	71
4.3.1 Uji Instrumen Data.....	71
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	75
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	79
4.3.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	81
4.3.5 Uji Hipotesis	82
4.4 Interpretasi.....	86
BAB V.....	90
5.1 Simpulan.....	90
5.2 Implikasi.....	90
5.3 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data pendapatan Rumah Makan Pandora 88 Jember.....	4
Tabel 1. 2 Ringkasan penelitian terdahulu.....	20
tabel 3 1 Definisi operasional variabel penelitian.....	47
Tabel 4 1 Jenis Kelamin Responden	61
Tabel 4.2 Usia responden	62
Tabel 4.3 Frekuensi Pembelian	62
Tabel 4.4 kriteria penilaian responden	63
Tabel 4. 5 Jawaban Responden terhadap Kualitas Pelayanan (X1)	64
Tabel 4.6 jawaban responden terhadap kualitas pelayanan (X2)	65
Tabel 4.7 jawaban responden terhadap Harga (X3)	66
Tabel 4.8 jawaban responden terhadap variabel Promosi (X4).....	67
Tabel 4.9 jawaban responden terhadap variabel Lokasi (X5)	68
Tabel 4.10 jawaban responden variabel Store Atmosphere (X6)	69
Tabel 4. 11 jawaban responden terhadap keputusan pembelian (Y)	70
Tabel 4 .12 Hasil uji validitas menggunakan SPSS versi 20.....	72
Tabel 4.13: Hasil uji Reliabilitas menggunakan SPSS versi 20.....	74
Tabel 4 14: Hasil Uji Normalitas menggunakan SPSS versi 20	76
Tabel 4 15: Hasil Uji Multikolinearitas menggunakan SPSS versi 20.....	76
Tabel 4 16: Hasil Uji Heteroskedastisitas glejser.....	78
Tabel 4 17: Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	79
Tabel 4 18: Hasil Uji Koefisien Determinasi menggunakan SPSS.....	81
Tabel 4. 19 hasil Uji t menggunakan SPSS versi 20	83
Tabel 4. 20: Hasil perbandingan r hitung dan t tabel	83
Tabel 4 21: Hasil uji F menggunakan SPSS versi 20.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 kerangka konseptual.....	31
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Grafik P-P Plot	67
Gambar 4.2 Hasil Uji Hetresokedastisitas ScatterPlot.....	72

RINGKASAN EKSEKUTIF

Latar belakang penelitian ini didasarkan pada fenomena meningkatnya persaingan di bidang industri kuliner makanan terutama di kabupaten jember, Hal tersebut memunculkan tingkat persaingan usaha menjadi semakin tinggi khususnya bisnis disektor kuliner. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan, pelaku usaha harus mampu merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan dan dapat bertahan dalam bersaing dipasar.

Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Lokasi dan *Store Atmosphere* berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap Keputusan Pembelian. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel tersebut terhadap keputusan pembelian serta untuk mengidentifikasi faktor dominan yang paling mempengaruhi keputusan pembelian di Rumah Makan Pandora 88 Jember.

Penelitian ini menggunakan menggunakan pendekatan Kuantitatif, teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 70 responden. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dan untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan dari variabel-variabel tersebut terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan uji t dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebaliknya, kualitas pelayanan, promosi, lokasi, dan *Store Atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun secara simultan semua variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Pandora 88 Jember.

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan agar Rumah makan Pandora 88 Jember. Lebih memfokuskan strategi memperbaiki kualitas pelayanan dengan ramah dan profesional sangat penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Strategi promosi yang menarik dan inovatif harus diterapkan, termasuk penawaran seperti promosi khusus seperti bundling menu misalnya beli 2 gratis 1 atau paket hemat hal tersebut membuat keputusan pembelian terasa lebih menguntungkan dan memuaskan konsumen. Memperbaiki lokasi Rumah makan Pandora 88 jember dengan Memperhatikan Tempat Parkir yang dibutuhkan. Konsumen. Dan *Store Atmosphere* dengan memperhatikan tampilan luar dan dalam rumah makan misalnya desain interior yang estetik atau konsep yang unik hal tersebut dapat mendorong konsumen untuk masuk dan mencoba.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Kualitas Produk, kualitas pelayanan, Harga, Promosi, lokasi, dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Pandora 88 Jember. Data penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner pada objek penelitian dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Jenis penelitian ini adalah Kuantitatif. Responden sebesar 70 responden. Analisis data pada penelitian ini menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, uji analisis regresi linier berganda, Uji Determinasi (R^2), Uji t, Uji F. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan Kualitas pelayanan, promosi, lokasi dan *Store Atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai (Adjusted R^2) adalah sebesar 27,1%

kata kunci : kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, lokasi, *Store Atmosphere*.

ABSTRACT

This study aims to test the effect of Product Quality, Service Quality, Price, Promotion, Location, and Store Atmosphere on Purchasing Decisions at Pandora 88 Jember Restaurant. The data for this study were obtained from distributing questionnaires to research objects with purposive sampling techniques. This type of research is Quantitative. Respondents were seventy respondents. Data analysis in this study used Validity Test, Reliability Test, Normality Test, Multicollinearity Test, Heteroscedasticity Test, multiple linear regression analysis test, Determination Test (R^2), t Test, F Test. The results of this study indicate that product quality and price variables have a significant effect on purchasing decisions, while Service Quality, Promotion, Location and Store Atmosphere do not have a significant effect on purchasing decisions. The value (Adjusted R^2) is twenty seven point one percent

keywords: product quality, service quality, price, location, Store Atmosphere.