

**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*

***This 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 ( $\alpha$ ) = 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



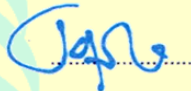
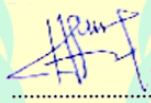
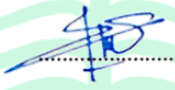
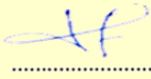
**DINDA NABILAH**, The Influence Of Product Quality, Service Quality And Store Atmosphere Toward Purchase Decision Of Fast Food In Students Of Faculty Of Economics, State University Of Jakarta.

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 ( $\alpha$ ) = 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			
<b>PenanggungJawab</b> <b>Dekan Fakultas Ekonomi</b>  <b>Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd</b> <b>NIP. 197207152001121001</b>			
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](http://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 )

## 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 sebimbingan 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

## DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
LEMBAR PUBLIKASI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Kebaruan Penelitian .....	10
BAB II.....	13
KAJIAN PUSTAKA.....	13
A. Latar Belakang Teori.....	13
1. Keputusan pembelian.....	13
2. Kualitas produk .....	19
3. Kualitas pelayanan .....	24
4. Atmosfer Toko .....	29
B. Kerangka Teori Dan Hipotesis.....	44
BAB III.....	47
METODE PENELITIAN.....	47

A. Waktu Dan Tempat Penelitian .....	47
B. Pendekatan Penelitian .....	47
1. Metode.....	47
2. Konstelasi Pengaruh Antar Variabel.....	48
C. Populasi dan Sampel .....	49
1. Populasi.....	49
2. Sampel.....	49
D. Penyusunan Instrumen .....	50
1. Keputusan pembelian (variabel Y).....	50
2. Kualitas produk (variabel X1).....	55
3. Kualitas pelayanan (variabel X2).....	59
4. Atmosfer toko (variabel X3).....	62
E. Teknik Pengumpulan Data.....	66
F. Teknik Analisis Data.....	67
1. Uji persyaratan analisis .....	67
2. Persamaan regresi linier berganda .....	68
3. Uji hipotesis .....	69
4. Analisis Koefisien Korelasi Pearson.....	70
5. Perhitungan koefisien determinasi.....	71
BAB IV .....	72
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	72
A. Deskripsi Data.....	72
1. Profil Responden.....	72
2. Profil Data .....	75
3. Teknik Analisis Data.....	92

B. Pembahasan.....	104
1. Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Atmosfer Toko dengan Keputusan Pembelian.....	104
2. Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian .....	105
3. Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian .....	107
4. Atmosfer Toko dengan Keputusan Pembelian.....	108
BAB V.....	111
KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN .....	111
A. Kesimpulan .....	111
B. Implikasi.....	112
C. Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA .....	115
LAMPIRAN .....	121
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	221