

SKRIPSI

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, HARGA, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK
FASHION SERBA HARGA MURAH *GIRLS* DI KOTA
SAMPIT, KALIMANTAN TENGAH**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Pada Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh :

NOR HADIJAH

NIM: 1910412120011



UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

BANJARMASIN

2023

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK FASHION SERBA HARGA MURAH *GIRLS* DI KOTA SAMPIT, KALIMANTAN TENGAH

- A. Nama Mahasiswa : NOR HADIJAH
Nim : 1910412120011
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji :

- a. Pembimbing

Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.A.B

NIP.197604132000121002

(.....)

- b. Penguji I

M. Hasanur Arifin, S.Sos, M.M

NIP.197604142001121003

(.....)

- c. Dr. Maryono, S.Sos, M.Si

NIP.197606132006041001

(.....)

Banjarmasin, 13 Juli 2023

Koordinator
Prodi Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing

Nurul Wahyuni, S.Sos, M.A.B
NIP.197511052001122001

Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.A.B
NIP.197604132000121002

Mengetahui

Dekan FISIP ULM



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si

NIP.197301221998021001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan skripsi ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Ahlimadya, sarjana, Megister, dan Dokter, baik di Universitas Lambung Mangkurat maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing dan masukan tim penelaah/tim penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh dengan karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Banjarmasin, Juli 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Nor Hadijah

NIM: 1910412120011

ABSTRAK

Nor Hadijah, 1910412120011, 2023, Pengaruh Store Atmosphere, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Fashion Serba Harga Murah Girls di Kota Sampit, Kalimantan Tengah, di bawah bimbingan: Setio Utomo.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Store Atmosphere, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Fashion Serba Harga Murah Girls di Kota Sampit, Kalimantan Tengah. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Sampel diambil sebanyak 100 responden dengan teknik non probability sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa store atmosphere (X1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y), harga (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y), kualitas produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Secara simultan variabel store atmosphere, harga, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata **Kunci**: Store Atmosphere, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Nor Hadijah, 1910412120011, 2023. *Effect of Store Atmosphere, Price, and Product Quality on Purchasing Decisions Fashion Products at Cheap Prices for Girls in Sampit City, Central Kalimantan, under the guidance of: Setio Utomo.*

This research aims to examine the effect of Store Atmosphere, Price, and Product Quality on Purchasing Decisions Fashion Products at Cheap Prices for Girls in Sampit City, Central Kalimantan. The research approach used is a quantitative approach. Samples were taken as many as 100 respondents with non-probability sampling technique. Data were collected using a questionnaire and analyzing data using multiple linear regression.

The results showed that store atmosphere (X1) had no effect on purchasing decisions (Y), prices (X2) had no effect on purchasing decisions (Y), product quality (X3) had a significant effect on purchasing decisions (Y). Simultaneously the store atmosphere, prices, and product quality variables have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Store Atmosphere, Prices, Product Quality, Purchasing Decisions*

KATA PENGANTAR

Bismillah, Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya serta shalawat serta salam kepada Rasulullah Shallallahu 'Alaihi Wasallam dan semoga kita semua mendapatkan syafa'atnya di hari akhir, aamiin allahumma aamiin.

Alhamdulillah, dengan penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere*, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Serba Harga Murah *Girls* di Kota Sampit, Kalimantan Tengah”. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Pada penulisan Skripsi ini bisa terselesaikan karena adanya bimbingan, saran dan dukungan, serta motivasi dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H Ahmad Alim Bachri, SE, M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Drs. Sugiharto, M.S selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak Dr. Setio Utomo, S.Sos. M.AB selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan banyak

masuk dalam penyusunan dan perbaikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dapat bermanfaat dengan baik.

6. Bapak M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM, selaku Dosen Penguji I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengoreksi, menilai, dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi ini tersusun dengan baik.
7. Bapak Dr. Maryono, S.Sos, M.Si selaku Dosen Penguji II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengoreksi, menilai, dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi ini tersusun dengan baik.
8. Dan seluruh Bapak dan Ibu Dosen Prodi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing, dan memberikan ilmu yang bermanfaat sebagai bekal dalam menjalani kehidupan saya kedepannya.
9. Seluruh Staf Tata Usaha (BAAK) dan Staf program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu kelancaran studi saya.
10. Terutama dan paling utama for my self terima kasih karna telah bertahan dengan semua tangis dan sedih selama pengerjaan skripsi ini kamu hebat dijah.
11. Orang tua serta keluarga saya yang selalu memberikan doa dan semangat untuk keberhasilan studi saya.
12. Seluruh teman teman saya baik dari SD, SMP, SMK, serta kuliah Adm. Bisnis 2019 yang telah memberikan semangat dan doanya untuk penyelesaian skripsi ini.
13. *Favorite Person* dengan Nim 191022310008 *I hope u can be my favorite person ever hopefully.*
14. Teman teman organisasiku yang sudah menemani 3 tahun masa kuliah saya baik Kopma ULM dan Himabi Fisip ULM terima kasih untuk semua pelajaran yang telah kita dapat Bersama.
15. Anak-anak HRD HIMABI FISIP ULM dari 2020-2022 terima kasih atas semua kebaikan kalian, kalian adalah alasan saya terus bertahan dalam

lingkungan yang tidak mengenakan. Terima kasih karena selalu bertahan dan berjuang Bersama.

16. Buat Dita Anggreani terima kasih untuk semua support yang telah diberikan kepada saya, yang telah membuat saya seperti punya keluarga di perantauan saya selama ini.
17. Sahabat saya tercinta dari Aibmudisini yang selalu menjadi teman dan keluarga bagi saya dalam berkeluh kesah.
18. Keluarga satu kost saya dan Barbarzar yang selalu ada dalam senang dan sedih saya selama 4 tahun ini yang selalu menjadi Pundak dan telinga saat saya bercerita dan menangis.
19. Serta seluruh rejeki yang Allah kasih kepada saya yaitu melalui teman-teman yang sangat baik dan membawa semangat dan pengaruh baik kepada saya selama saya hidup di dunia ini yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari skripsi ini tentunya tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan. Namun peneliti telah berusaha maksimal mungkin sesuai dengan kemampuannya. Karena itu, peneliti meminta maaf jika terdapat hal yang tidak sesuai dengan napa yang dikehendaki pembaca karenanya peneliti mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini menjadi karna yang bermanfaat.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Banjarmasin, Juli 2023

Nor Hadijah

NIM: 1910412120011

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN	xiii
PERNYATAAN ORISINALITAS	xiv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	17
1.4.2 Manfaat Praktis	18
BAB II TINJAUAN TEORI	19
2.1 Landasan Teori.....	19
2.1.1 Pemasaran	19
2.1.2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	20

2.1.3 Lokasi.....	23
2.1.4. Harga.....	29
2.1.4.1 Definisi Harga.....	29
2.1.4.2 Tujuan Penetapan Harga	29
2.1.4.3 Peranan Harga.....	30
2.1.4.4 Indikator Harga	31
2.1.5 Produk.....	32
2.1.5.1 Kualitas Produk.....	33
2.1.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	34
2.1.5.3 Indikator Kualitas Produk	37
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	38
2.1.6.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	38
2.1.6.2 Faktor – Faktor dalam Keputusan Pembelian.....	39
2.1.6.3 Tahapan Proses dalam Pengambilan Keputusan Pembelian.....	40
2.1.6.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	45
2.1.7 Kausalitas antar variabel	47
2.1.7.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian....	47
2.1.7.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
2.1.7.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	49
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	50
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	57
2.3.1 Hipotesis	57

2.3.2 Model Penelitian	60
BAB III METODE PENELITIAN.....	61
3.1 Pendekatan Penelitian	61
3.2 Desain Penelitian	61
3.3 Lokasi Penelitian.....	61
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Tehnik Sampling	62
3.4.1 Populasi.....	62
3.4.2 Besar Sampel	62
3.4.3 <i>Tehnik Sampling</i>	63
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	63
3.5.1 Variabel Independen.....	63
3.5.1.1 Store Atmosphere (X1)	64
3.5.1.2 Harga (X2)	65
3.5.1.3 Kualitas Produk (X3)	67
3.5.2 Variabel Dependen.....	69
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	73
3.7 Teknik Analisa Data.....	73
3.7.1 Skala Pengukuran.....	73
3.7.2 Deskriptif Statistik	74
3.7.3 Uji Validasi dan Reliabilitas.....	74
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	76
3.7.5 Analisis Regresi Linier Berganda	79
3.7.6 Alat Uji Hipotesis	80

3.7.6.1 Uji Regresi Secara Parsial (Uji t).....	80
3.7.6.2 Uji Simultan (Uji F)	81
3.7.6.3 Keofisien Determinasi (R^2)	81
BAB IV HASIL PENELITIAN	83
4.1 Profil Responden.....	83
4.1.1 Jenis Kelamin.....	83
4.1.2 Usia	84
4.1.3 Pekerjaan.....	85
4.2 Deskriptif Variable.....	87
4.2.1 Store Atmosphere (X1)	87
4.2.2 Harga (X2)	92
4.2.3 Kualitas Produk (X3)	95
4.2.4 Keputusan Pembelian (Y).....	101
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	106
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	106
4.3.2 Uji Reabilitas	108
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	109
4.4.1 Uji Normalitas.....	109
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	111
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	112
4.4.4 Uji Autokorelasi.....	114
4.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	115
4.6 Pengujian Hipotesis	117

4.6.1 Uji Regresi Secara Parsial (Uji t).....	118
BAB V PEMBAHASAN HASIL	121
5.1 Pembahasan.....	121
5.1.1 Pengaruh Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	121
5.1.2 Pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	123
5.1.3 Pengaruh Kualitas Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	125
5.1.4 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> (X1), Harga (X2), dan Kualitas Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	127
5.2 Implikasi Penelitian	128
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	128
5.2.2 Implikasi Manajerial	131
5.3 Implikasi Hasil Penelitian	133
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	133
BAB VI PENUTUP	134
6.1 Kesimpulan.....	134
6.2 Saran.....	135
6.1.1 Akademis	135
6.1.2 Praktis atau Manajerial	135
DAFTAR PUSTAKA.....	137
BIODATA PENELITI	170

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Grafik Penjualan Produk Pakaian	9
Tabel 1.2 Data Penduduk Kalimantan Tengah	9
Tabel 1.3 Reasearch Gap Store Atmosphere terhadap keputusan pembelian	12
Tabel 2.1 Atribut yang digunakan konsumen untuk mengevaluasi produk/jasa ..	43
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	50
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	71
Tabel 3.2 Penentuan Skor Jawaban Kuesioner	73
Tabel 3.3 Kategori Jawaban Responden	74
Tabel 3.4 Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi	79
Tabel 3.5 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	82
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin	83
Tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia	84
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	85
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan uang saku/pendapatan.....	86
Tabel 4.5 Tanggapan Responden tentang Store Atmosphere	87
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Tentang Harga	92
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk	96
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian	101
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validasi.....	107
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	109
Tabel 4.11 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov Test.....	111
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	112

Tabel 4.13 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	113
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi	114
Tabel 4.15 Hasil analisis regresi linier berganda	115
Tabel 4.16 Hasil Uji T.....	117
Tabel 4.17 Hasil Uji F	118
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Trend Nilai Pertumbuhan PDB Industry Pakaian Jadi dan Tekstil.....	4
Gambar 1.2 Toko Fashion Murah di Kota Sampit.....	6
Gambar 1.3 Jenis Produk Fashion yang digunakan oleh responden.....	8
Gambar 2.1 Bauran Pemasaran Menurut Tjiptono (2016).....	21
Gambar 2.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	40
Gambar 2.3 Model Penelitian	60
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	109
Gambar 4.2 Grafik Probability Plot	110
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	113
Gambar 5.1 Hasil Model Penelitian	133

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Hal
	Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
	Lampiran 2 Output SPSS Ver 26 Analisis Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
	Lampiran 3 Output SPSS Ver 26 Uji Validitas,Uji Reabilitas, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.

