

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA,
KUALITAS PELAYANAN DAN *STORE*
ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN *TOKOPI*
RESTORAN PALEMBANG)**

SKRIPSI



**STIE MULTI DATA PALEMBANG
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PALEMBANG
2020**

STIE MULTI DATA PALEMBANG

Program Studi Manajemen
Skripsi Sarjana Ekonomi
Semester Genap Tahun 2019/2020

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN *TOKOPI RESTORAN PALEMBANG*)

Vilia Oktavia

1519200073

Abstrak :

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* terhadap Minat Beli Konsumen di *Tokopi* kota Palembang. Pengambilan sample dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria konsumen yang pernah melakukan transaksi di *Tokopi* dan yang berusia minimal 17 tahun, sehingga diperoleh sampel berjumlah 280 responden. Teknik analisis penelitian menggunakan model analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini adalah, Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere*, dan Minat Beli Konsumen berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap Minat Beli Konsumen.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere*, dan Minat Beli Konsumen

STIE
 **MDP**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi saat ini menuntut para pembisnis untuk bersifat dinamis dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen untuk itulah para pembisnis dituntut untuk berinovasi terhadap produk atau layanan yang dijual kepada konsumen mengingat banyaknya produk atau layanan jasa yang serupa. Salah satu bisnis yang masih berpotensi besar untuk mendapatkan keuntungan bagi pembisnis yakni bisnis kuliner, mengingat aktivitas masyarakat kaum *modern* dapat dikatakan sangatlah sibuk sehingga tidak memiliki waktu untuk memasak yang membuat bisnis kuliner semakin baik untuk ditekuni.

Budaya kuliner di Indonesia tak lepas dari pengaruh budaya asing. Mulai dari India, China, hingga Eropa yang sampai saat ini bahkan masih berkembang dalam kebiasaan masyarakat. Setiap daerah di Indonesia sudah pasti memiliki cita rasa yang berbeda dengan hidangan kulinernya. Namun hebatnya, masing-masing daerah dapat mempertahankan budaya dan ciri khas makanan mereka masing-masing.

Masakan Indonesia adalah salah satu masakan paling beraneka ragam dan penuh warna di dunia, penuh dengan rasa yang kuat. Hal ini karena

Indonesia terdiri banyak pulau dan etnis. Banyak masakan daerah, sering didasarkan pada budaya pribumi dan pengaruh asing. Indonesia memiliki sekitar banyak resep tradisional. Masakan Indonesia banyak menggunakan nasi, mie, dan hidangan sup. Masakan Indonesia juga sangat bervariasi menurut wilayah dan memiliki banyak pengaruh yang berbeda. Masakan Sumatera, misalnya, sering memiliki pengaruh Timur Tengah dan India, yang menampilkan kari daging dan sayuran seperti gulai dan kari, sementara masakan Jawa kebanyakan pribumi, dengan sedikit pengaruh Cina. Masakan di Indonesia Timur mirip dengan masakan Polinesia dan Melanesia. Unsur masakan Cina dapat dilihat dalam masakan Indonesia seperti mie, baso, dan lumpia yang sepenuhnya sudah berasimilasi.

Beragamnya variasi masakan Indonesia menjadikan bisnis kuliner salah satu bisnis yang mampu memperoleh keuntungan. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Asosiasi Pengusaha Kafe Restoran Indonesia (Apkrindo) yang mengatakan bahwa pertumbuhan kafe di Indonesia bertumbuh sangat pesat dimana hal ini sejalan dengan peningkatan jumlah penduduk ditanah air (Putra, 2016). Hal ini menjadi salah satu pendukung fenomena bahwa tingginya jumlah pertumbuhan kafe dan restoran, membuat bisnis kuliner menjadi salah satu bisnis yang cukup berpotensi dalam memperoleh keuntungan bagi pemasar. Menurut penelitian BPS (Badan Pusat Statistik) dilaporkan bahwa setiap tahunnya usaha restoran atau rumah makan terus mengalami peningkatan jumlah *outlet*. Adapun datannya dapat dilihat pada table 1.1 berikut ini

Tabel 1.1 Perkembangan Usaha Restoran Berskala Menengah dan Besar Tahun 2017 – 2019

Tahun	Usaha / Perusahaan	
	Jumlah	Pertumbuhan
2016	2,235	38,39

2017	2,704	20,98
2018	2,916	7,84
2019	2,977	2,09

Sumber : BPS, 2019

Tahun Pada tabel 1.1 di atas didapatkan bahwa pada tahun 2016 jumlah restoran di Indonesia sebesar 2,235 juta, pada tahun 2017 sebesar 2,704 juta, pada tahun 2018 sebesar 2,916 juta dan 2019 sebesar 2,977 juta dengan pertumbuhan sebesar 2,09% untuk tahun 2019.

Banyaknya produk dan layanan serupa yang ditawarkan pada berbagai macam restoran menuntut restoran tidak hanya mampu memberikan penawaran harga, kualitas pelayanan yang baik, dan *Physical enviroment* dan lokasi yang strategis demi terciptanya minat kunjungan atau minat pembelian konsumen. Menurut Fitriah (2018, h.78) Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk persepsi yang menciptakan motivasi yang terus terekam dalam benak konsumen dan menjadi suatu keinginan yang kuat dan pada akhirnya melakukan pembelian demi memenuhi kebutuhan sesuai apa yang ada dalam benak.

Kualitas produk menurut Kotler dan Keller dalam Suryati (2015, h.23) dikatakan bahwa kualitas adalah keseluruhan corak dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang menunjang kemampuan untuk memuaskan pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Bartono, Novianto, dan Enterprise (2015, h.130) dikatakan bahwa dalam suatu restoran seorang *chef* juga hendak membina stafnya agar dapat memasak dengan baik sesuai standarisasi resep sehingga tercapai keragaman serta kualitas produk yang diinginkan dimana juga dikatakan menurut Bartono, Novianto, dan

Enterprise ((2015, h.132) adalah menu-menu makanan yang disajikan tersebut digunakan sebagai andalan untuk membentuk minat konsumen.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Suryati (2015, h.38) Harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam perukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Menurut Bartono, Novianto, dan Enterprise (2015, 132) pentingnya restoran dalam memperhatikan harga dimana harga kompetitif yang tidak terlalu mencolok juga akan menarik konsumen.

Menurut Rangkuti (2017, h.168) kualitas pelayanan adalah nilai manfaat jasa yang dibeli konsumen. Menurut Sudarso (2016, h.27) telah bahwa kualitas layanan adalah sebuah konsep yang telah menimbulkan minat yang besar bagi konsumen.

Menurut Rangkuti (2017, h.219) Suasana toko dapat disebut sebagai *atmosphere* dimana hal ini menitikberatkan pada situasi yang biasanya mempengaruhi perilaku konsumen. Menurut Simamora (2015, h.280) dikatakan bahwa sebuah tempat pasti akan berusaha mempengaruhi perasaan konsumen dengan menciptakan suatu atmosfer toko yang mendorong minat membeli.

Salah satu restoran dan kafe terkenal di Palembang yaitu Tokopi. Tokopi dapat dikatakan memiliki perbedaan dengan kafe-kafe di Palembang. Tokopi sendiri terinspirasi dari kedai kopi sehingga kebanyakan interiornya didominasi oleh kayu-kayu yang mengingatkan para pelanggan pada kedai kopi zaman dulu tetapi yang membedakan Tokopi dengan kafe bertema kedai lainnya selain mengusung tema tempo zaman dulu, Tokopi juga memberikan sentuhan *modern* pada restorannya sehingga terlihat mewah namun tetap klasik. Adapun konsep Tokopi dapat dilihat pada gambar berikut ini:



GAMBAR 1.1 KONSEP TOKOPI

Adapun hal kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan lokasi yang diterapkan Tokopi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk, Untuk memberikan makanan dengan kualitas terbaik, Tokopi menghadirkan berbagai makan sehari-hari dengan konsep yang *modern* seperti bihun wahyu, bubur ayam, nasi ikan dori dan menu *chinese food* lainnya. Adapun menu baru Tokopi yakni Pempek Dos, Nasi Udang Saus Jagung, Nasi Wahyu saus oriental, Nasi Ayam Saos Aroma, dan Nasi goreng chef Master.
2. Harga, untuk harga yang diberikan Tokopi dapat dikatakan terjangkau., mulai dari Rp.8000 hingga Rp.85.000
3. Kualitas pelayanan, untuk kualitas pelayanan Tokopi dapat dikatakan cukup maksimal dimana para *staff* Tokopi merupakan karyawan berpengalaman dengan pekerjaan serupa. Untuk *tangible* dapat dilihat bahwa tampilan karyawannya sangatlah rapi dimana semua karyawan wajib menggunakan seragam lengkap, pada *reliability* karyawan dapat dikatakan baik dimana karyawan mengerti akan pengetahuan produk yang dijual, cepatmelayani permintaan konsumen dan dapat dipercaya serta peduli dengan karyawan (contohnya: ketika pelanggan membawa *baby* biasanya karyawan langsung memberikan *baby chair* untuk pelanggannya).
4. *Store Atmosphere*, pada variabel *physical enviroment* Tokopi dapat dikatakan sangat lengkap tidak hanya menghadirkan restoran dengan penuh seni dimana semua

bangunan Tokopi didesain oleh arsitektur handal dan interior desain yang handal sehingga membuat suasana Tokopi tampak sangat mewah, Tokopi juga memberikan fasilitas berbagai fasilitas lainnya demi mendukung suasana tokonya yakni seperti lapangan parkir yang luas dan tertata rapi, lapangan parkir Valet, *live music*, penataan meja dan kursi yang rapi dan nyaman, suasana restoran yang mendukung konsep restoran, pencahayaan warna kuning yang mendukung suasana romantis restoran, serta tampilan secara keseluruhan yang mewah dan bersih.

Penelitian yang dilakukan Worek Ronaldo Maesa, Paulus Kindagen dan Frederik G. Worang. (2015) dengan judul “*The Effect Of Restaurant Atmosphere And Service Quality On Customer Purchase Intention*” menunjukkan bahwa meneliti faktor *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen.

Penelitian lainnya yakni penelitian yang dilakukan Bayu Dewangga Putra dan Tri Indra Wijaksana (2017) dengan judul “Pengaruh *atmosfer toko* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Armor Kopi Bandung” menunjukkan bahwa suasana toko mempengaruhi minat beli konsumen pada Restoran Armor Kopi di Bandung.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan di atas maka peneliti berniat melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Dan *Store Atmosphere* Terhadap Minat beli Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen *Tokopi Restoran Palembang*)**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh secara parsial antara variable kualitas Produk, harga, kualitas pelayanan dan atmosfer toko terhadap minat beli konsumen Tokopi di Palembang?
2. Bagaimana pengaruh secara simultan antara variable kualitas makanan, harga, kualitas pelayanan dan atmosfer toko terhadap minat beli konsumen Tokopi di Palembang?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas maka penulis mengmbill topik mengenai pengaruh variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan atmosfer toko terhadap minat beli konsumen, Maka ruang lingkup penelitian ini yakni di Tokopi Restoran Palembang.

1.4 Tujuan Penelitian

Dengan melihat dari rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis apakah kualitas produk , harga, kualitas pelayaan dan atmosfer toko memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen Tokopi di Palembang.
2. Untuk menganalisis apakah kualitas produk, harga, kualitas pelayaan dan atmosfer toko memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen Tokopi di Palembang.

1.5 Manfaat penelitian

1.5.1 Manfaat Bagi Penulis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti dalam menganpilasikan teori yang didapatkan selama perkuliahan.

1.5.2 Manfaat Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi yang berguna bagi perusahaan dalam memelihara pelanggan.

1.5.3 Manfaat Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi perbandingan untuk menambah wawasan bagi pembaca mengenai variabel kualitas makanan, harga, pelayanan dan atmosfer toko terhadap minat beli konsumen.

1.6 Sistematika

Pada sistematika penelitian dibagi menjadi 5 bab yakni pendahuluan, tinjauan pustaka, metode penelitian, hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan dan saran. Berikut sistematika penelitiannya

BAB I PENDAHULUAN

Bab I ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II berisikan landasan teori yang relevan dengan penelitian yang akan dibahas, penelitian sebelumnya, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III berisikan pendekatan penelitian, objek / subjek penelitian, teknik pengambilan sampel, jenis data, teknik pengumpulan data, definisi operasional, teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV berisikan pengolahan data yang telah diperoleh yang berkaitan dengan pembahasan masalah yang diteliti. Di dalam hasil penelitian dan pembahasan

berisikan tentang gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Penulis akan memberikan kesimpulan berdasarkan hasil dari penelitian dan memberikan saran kepada perusahaan



STIE
 **MDP**

DAFTAR PUSTAKA

- Bartono. Novianto. Dan Jubilee Enterprise. 2015. *How to Won Customer in Competitive market*, Strategi Jitu Menarik Pelanggan di Bisnis Restoran. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Halim, Nico Rifanto dan Donant Alananto Iskandar. 2019. Pengaruh Kualitas Produ, Harga Dan Persaing Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*. Vol.4, No.3, Oktober 2019
- Kuntjojo. 2019. *Metode Penelitian*. Penerbit : Graha Ilmu Yogyakarta.
- Muqimuddin (2017) Pengaruh Servicescape Dan Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Pada Minat Beli Konsumen Di Restoran Kota Pontianak *Jurnal Teknik Insustri Untan*. Vol 1 No.1
- Nuragustina, Trifitria. S., 2018. Kenyamanan Dan Kemudahan. Dua Alasan 62% Milenial Lebih Suka Makan Di Luar. *Berita online*. (<https://www.wanitawirausaha.com/article/news/kenyamanan-dan-kemudahan-dua-alasan-62-milenial-lebih-suka-makan-di-luar->).
- Novita. Elina., Ratna Suryani Widjaja, Monika Kristanti. 2016. Analisa Pengaruh *Physical Environment* Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kafe-Kafe Di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen jasa*. Vol4. No.2
- Priherdityo, Endro. 2017. Sebab Ilmiah Nongkrong Penting Bagi Pria. *Berita online*. Terbit 22 Februari 2017. (<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170222133450-277-195304/sebab-ilmiah-nongkrong-penting-bagi-pria>)
- Putra, Bayu Dewangga dan Tri Indra Wijaksana. 2017. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Armor Kopi Bandung. *E.Proceeding of Management*. Vol.4. No.1
- Putra Idris Rusadi (2016) Menjamurnya Bisnis Cafe Di Tanah Air. *Berita Online*. Terbit 16 Juni 2016. (<https://www.Merdeka.Com/Uang/Menjamurnya-Bisnis-Cafe-Di-Tanah-Air.Html>). Akses 17 Januari 2020

- Rangkuti, Freddy. 2017. *Customer care excellence*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sarwono, Jonathan. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Edisi Pertama. Graha Ilmu, Bandung.
- Simamora, Bilson. 2015. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Sudarso, Andriasan. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Deepublish, Yogyakarta.
- Sugiarto, Budi Utomo dan Hartono Subagio .2016. Analisa Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Di Dream Of Khayangan Art Resto Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol 2, No. 1
- Suryati , Lili. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Deepblusher: Yogyakarta
- Worek, Ronaldo Maesa., Paulus Kindagen dan Frederik G. Worang. 2015. *The Effect Of Restaurant Atmosphere And Service Quality On Customer Purchase Intention*. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Vol.15 No.5