

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN PRIMA
DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP MINAT BELI BUAH
SEGAR DI LASKAR BUAH BOJONEGORO**



SKRIPSI

Oleh:

AVITA DIAN FATMAWATI

NIM: G73217047

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2024

PERNYATAAN

Saya, Avita Dian Fatmawati, G73217047, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 14 Desember 2023



Avita Dian Fatmawati

NIM. G73217047

Surabaya, 14 Desember 2023

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Deasy Tantriana', written over a light blue rectangular background.

Deasy Tantriana, MM

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN PRIMA
DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI BUAH
SEGAR DI LASKAR BUAH BOJONEGORO

Oleh
Avita Dian Fatmawati
NIM: G73217047

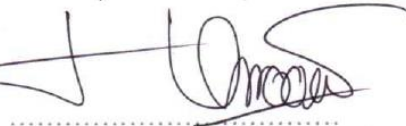
Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada
tanggal 14 Desember 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diterima

Susunan Dewan Penguji

1. Deasy Tantriana, M.M
NIP. 198312282011012009
(Penguji 1)
2. Rahma Ulfa Magfiroh, S.E, M.M
NIP. 198612132019032009
(Penguji 2)
3. Muchammad Saifuddin, M.SM
NIP. 198603132019031011
(Penguji 3)
4. Siti Kalimah, M.Sy
NIP. 198707272022032001
(Penguji 4)

Tanda Tangan


.....

.....

.....

.....

Surabaya, 14 Desember 2023



Ajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : AVITA DIAN FATMAWATI
NIM : 673217097
Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM /MANAJEMEN
E-mail address : Avitadian3@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN PRIMA DAN
STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI BUAH SEGAR
DI LASKAR BUAH BOJONEGORO

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, 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 UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 17 -01- 2024

Penulis

(AVITA DIAN FATMAWATI)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Penelitian mengenai judul “**Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan Prima dan *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Buah Segar di Laskar Buah Bojonegoro**” yang bermaksud guna mengetahui beserta melakukan analisis Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan Prima beserta *Store Atmosphere* atas Minat Beli Buah Segar di Laskar Buah Bojonegoro.

Penelitian yang dilaksanakan mengenai jenis pendekatan kuantitatif, memakai metode survai penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala likert terhadap para responden yakni para pelanggan Laskar Buah yang terletak pada daerah Bojonegoro guna mengumpulkan data yang dibutuhkan pada penelitian ini. Teknik ketika mengambil sampel pada penelitian yang dilaksanakan yakni teknik *non probability sampling* mengenai rumus Ferdinand. Total sampel atas penelitian yang dilaksanakan sejumlah 100 responden. Kuesioner dilakukan pengolahan mengenai bantuan statistika dengan analisis IMB Statistik SPSS versi 23. Penelitian yang dilaksanakan mengenai data sekunder beserta data primer, juga menggunakan metode analisis asumsi klasik guna memberi penilaian kelayakan data guna di olah lebih lanjut. Metode analisis data yang dikenakan diantaranya uji f, uji t, uji koefisiensi determinasi dan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwasannya ada pengaruh secara parsial dari kualitas produk, pelayanan prima beserta *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen, selanjutnya juga ditemui pengaruh positif secara simultan dari kualitas produk, pelayanan prima beserta *store atmosphere* atas minat beli. Serta hasil uji koefisiensi determinasi sebesar 0,061.

Penelitian ini memberikan usulan kepada pihak perusahaan supaya bisa memberi pertahanan kualitas produk yang sudah terdapat sejak dahulu, meningkatkannya seiring dengan waktu. Memberikan berbagai rasa yang enak, variasi rasa yang cukup banyak, beserta cara penyimpanan yang bersih. Perusahaan harus selalu mengawasi kebersihan, kenyamanan, dan pelayanan pelanggan untuk meningkatkan kualitas. Pelayanan yang lebih baik dapat membuat pelanggan merasa nyaman. Dengan memberikan pencahayaan yang terang, diharapkan dapat lebih memperhatikan penataan warna produk, menarik pelanggan untuk membeli.

Kata kunci: kualitas produk, pelayanan prima, store atmosphere, minat beli.

ABSTRACT

Research with the title "The Influence of Product Quality, Excellent Service and Store Atmosphere on Interest in Buying Fresh Fruit at Laskar Buah Bojonegoro" which aims to find out and analyze the influence of Product Quality, Excellent Service and Store Atmosphere on Interest in Buying Fresh Fruit at Laskar Buah Bojonegoro.

The research carried out used a quantitative approach, using a survey method of distributing questionnaires using a Likert scale to respondents, namely Laskar Buah customers located in the Bojonegoro area in order to collect the data needed for this research. The technique when taking samples in the research carried out is a non-probability sampling technique using the Ferdinand formula. The total sample for the research carried out was 100 respondents. The questionnaire was processed using statistics using SPSS IMB Statistics version 23 analysis. The research was carried out using secondary data along with primary data, also using classical assumption analysis methods to assess the suitability of the data for further processing. The data analysis methods used include the f test, t test, coefficient of determination test and multiple linear regression.

The results of this research show that there is a partial influence of product quality, excellent service and store atmosphere on consumer buying interest. Furthermore, there is also a simultaneous positive influence of product quality, excellent service and store atmosphere on buying interest. And the coefficient of determination test results were 0.061.

This research provides suggestions to companies so that they can maintain product quality that has existed for a long time, improving it over time. Provides a variety of delicious flavors, quite a variety of flavors, along with a clean storage method. Companies must always monitor cleanliness, comfort and customer service to improve quality. Better service can make customers feel comfortable. By providing bright lighting, it is hoped that more attention will be paid to the color arrangement of the product, attracting customers to buy.

Keywords: product quality, excellent service, store atmosphere, buying interest.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 KerangkaTeori	10
2.1.1 Kualitas Produk	10
2.1.2 Pelayanan Prima	18
2.1.3 Store Atmosphere	22
2.1.4 Minat Beli	25
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Konseptual	32

2.4 Pengembangan Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	35
3.3 Populasi dan Sampel	35
3.4 Variabel Penelitian	37
3.5 Definisi Operasional	38
3.6 Jenis dan Sumber Data	41
3.7 Teknik Pengumpulan Data	42
3.8 Teknik Analisis Data	42
3.9 Pengujian Hipotesis	44
BAB IV HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian	46
4.2 Karakteristik Responden	53
4.3 Analisis Data	56
4.4 Pembahasan	70
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	82
5.3 Kekurangan Penelitian	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1	Definisi Operasional	39
Tabel 4.1	Karakteristik Resoponden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.2	Karakteristik Resoponden Berdasarkan Pekerjaan Responden	55
Tabel 4.3	Karakteristik Resoponden Berdasarkan Usia Responden	56
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Kualitas Produk)	57
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Pelayanan Prima)	57
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel X3 (Store Atmosphere)	58
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat Beli)	58
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabel	59
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4.11	Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
Tabel 4.12	Hasil Uji T	64
Tabel 4.13	Hasil Uji F	66
Tabel 4.14	Hasil Uji Konenfisiensi Determinasi	67
Tabel 4.15	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo Laskar Buah	5
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	32
Gambar 4.1	Grafik Normal Probability Plot	60



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini Tanjung, *Pengaruh Store atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*, Jurnal Manajemen Pelita Bangsa, 05.03 (2020), 1–18.
- Assauri S, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015)
- Barry berman and jodell R.Evans, *‘retail management: a strategic approach,’* in retail management: a strategic approach, 2007.
- Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Akuntansi* (Bandung: PT. Refika Aditama Anggota Ikapi, 2013).
- Duwi Priyatno, *Panduan Praktis Oleh Data Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Andi, 2017).
- Ferdinand Augusty, *Metode Penelitian Manajemen Edisi Kedua*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006).
- Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal Penelitian Dan Laporan* (Malang: UMM Press, 2007).
- ʻanatut Thoifah, *Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif* (Malang: Madani, 2015), 160.
- John Tschohl, Steve Franzmeier, *Achieving Excellence Through Customer Service*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003) hal. 12.
- K Bertes, Pengantar *Etika Bisnis* (Jakarta: Kanisius, 2000) hal. 227.
- Kotler & Keller, *Manajemen Pemasaran*, 12 ed. (Jakarta: Erlangga, 2012).
- Kotler, Philip and Kevin Keller. 2016. *Marketing Management*. Edisi 15. Pearson Education, Inc. Hal 181.
- Maholtra K. Naresh, *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*, Edisi 4 Ji. (Jakarta: PT. Indeks, 2009).
- Nathalie Eryn Susanto, *Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Fountain Caffè Cemara Asri*, Tesis Universitas Pelita Harapan. 2023.
- Philip Kotler dan G. Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1*. (Jakarta: Erlangga, 2008).
- Priansa, Donni Juni. 2014. *Kesekretarian*. Bandung: Alfabeta.
- Satria Adi Wicaksono. *Pengaruh Merek Dan Desain Terhadap Minat Beli Konsumen*. Skripsi Manajemen Universitas Negeri Semarang. 2015. Hal 13.

- Slamet Riyanto & Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*(Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2019).
- Smith, S. M. & Albaum, G. S, *An Introduction to Marketing Research*, (Mexico: Qualtrics, 2010), 10.
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar Dan Strategi, Edisi 1*. (Jakarta: Raja Grafindo, 2009).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: ALFABETA, 2013), 12.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.(Bandung: Alfabeta, 2016), 142.
- Suhartono, S., Azizah, E. P. N., Hakim, L., & Hartanti, H. (2019). *Hubungan Pelayanan Prima Dengan Kepuasan Pelanggan Pt Kereta Api Indonesia (Persero) Pada Stasiun Pasar Senen (Studi Kasus: Ka Progo Pasar Senen-Lempuyangan Kelas Ekonomi)*. *Kolaborasi: Jurnal Administrasi Publik*, 5(3), 262-273im. Hal 34.
- Suryani Dan Hendryani, *Metode Riset Kuantitatif*. Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam.,210.
- Taufiqur Rahman. 2019. *Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi Manajemen Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrah Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 1* (Yogyakarta: Andi Offset, 2001).
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi. Hal 140.
- Yuriska Dewi Suwarno Putri.,*Journal Of Chemical Information And Modeling*53, No.9 (2019): 1689–1699.ss

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A