

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT dengan segala limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian pada Dapur Roti & Dapur Kopi By Lyly di Lamongan". Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. M. Subandowo, M.S, selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Bapak Drs. H. Teguh Purwanto, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta, S.E.,M.M., selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Bapak Dr. Untung Lasiyono, S.E.,M.Si., Bapak Tri Aripabowo, S.E.,M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang memberi petunjuk dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak H. Rahadian Delfani Meirawan, S.Sos selaku Manager Dapur Roti & Dapur Kopi By Lyly Lamongan.
6. Kedua orangtua saya tercinta yang senantiasa memberikan kasih sayangnya, semangat, dan perhatian yang sangat berarti sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.
7. Kepada teman-teman kelas Manajemen E 2016 yang telah menemani dalam perkuliahan dan pengerjaan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan, pengalaman dan waktu yang dimiliki penulis. Saran-saran dari pembaca akan sangat membantu kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 8 September 2020

Handika Nur Mathliyatul A.

## Motto

*Bukanlah kecantikan itu dengan pakaian  
yang menghias kita,  
sesungguhnya kecantikan itu adalah kecantikan dengan  
ilmu dan kesopanan.*

## Abstrak

Keputusan pembelian terjadi karena faktor inovasi produk dan kualitas produk. Inovasi produk sering dilakukan oleh perusahaan akan menjadikan produk tersebut mampu bersaing dipasaran. Kualitas pelayanan juga terus ditingkatkan agar konsumen selalu merasa puas pada produk yang dibelinya. *Store atmosphere* juga menjadi faktor dalam mendatangkan konsumen. Suasana toko dibuat semenarik mungkin membuat konsumen merasa nyaman dan betah didalam toko. Konsumen Dapur Roti & Dapur Kopi by Lyly di lamongan dijadikan populasi dan diambil sampel 105 responden. *Accidental sampling* dijadikan sebagai teknik pengambilan sampel. Kuesioner disebar dan hasil jawaban responden dianalisis data dengan regresi linier berganda. Ditemukan hasil terdapat pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan *store atmosphere* pada keputusan pembelian. Ditemukan hasil lain inovasi produk, kualitas produk dan *store atmosphere* memiliki pengaruh secara simultan pada keputusan pembelian Dapur Roti & Dapur Kopi by Lyly di Lamongan.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian

## *Abstract*

*Purchase decisions occur because of product innovation and product quality. Product innovation often done by companies will make these products able to compete in the market. The quality of service also continues to be improved so that consumers always feel satisfied with the product they bought. Store atmosphere is also a factor in bringing consumers. The atmosphere of the store is made as attractive as possible to make consumers feel comfortable and at ease in the shop. Kitchen Consumers Bread & Kitchen Coffee by Lyly in Lamongan made a population and 105 respondents were sampled. Accidental sampling is used as a sampling technique. Questionnaires were distributed and the results of respondents' answers were analyzed with multiple linear regression data. The results found there is the influence of product innovation, product quality and store atmosphere on purchasing decisions. Find other results of product innovation, product quality and store atmosphere having simultaneous support for purchasing decisions of Roti Roti & Dapur Kopi by Lyly in Lamongan.*

*Keywords: Product Innovation, Service Quality, Store Atmosphere, Purchasing Decisions*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar belakang .....	1
1.2. Rumusan masalah .....	6
1.3. Tujuan penelitian .....	7
1.4. Manfaat penelitian .....	8
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Landasaan Teori .....	21
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	21
2.2.2. Manajemen Pemasaran .....	21
2.2.3. Inovasi Produk.....	22
2.2.3.1. Pengertian Inovasi Produk .....	22
2.2.3.2. Karakteristik Inovasi Produk .....	24
2.2.3.3. Indikator Inovasi Produk.....	26
2.2.4. Kualitas pelayanan .....	28
2.2.4.1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	28
2.2.4.2. Indikator Kualitas Pelayanan .....	30
2.2.4.3. Tantangan Pengukuran Kualitas Pelayanan .....	31
2.2.5. <i>Store Atmosphere</i> .....	32
2.2.5.1. Pengertian <i>Store Atmosphere</i> .....	32

2.2.5.2. Elemen-elemen <i>Store Atmosphere</i> .....	33
2.2.6. Keputusan Pembelian .....	34
2.2.6.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	34
2.2.6.2. Proses Keputusan Pembelian .....	36
2.2.6.3. Indikator Keputusan Pembelian .....	38
2.2.7. Hubungan Variabel dengan Keputusan Pembelian .....	39
2.2.7.1. Hubungan Inovasi Produk dengan Keputusan Pembelian.....	39
2.2.7.2. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian.....	40
2.2.5.3. Hubungan <i>Store Atmosphere</i> dengan Keputusan Pembelian.....	41
2.3. Kerangka Konseptual .....	41
2.4. Hipotesis.....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Rancangan Penelitian .....	45
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	48
3.2.1. Populasi .....	48
3.2.2. Sampel.....	48
3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel .....	49
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	49
3.3.1. Jenis Data .....	49
3.3.2. Sumber Data.....	49
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.4.1. Prosedur Pengumpulan Data .....	50
3.4.2. Teknik Pengambilan Data .....	51
3.4.3. Lokasi Penelitian .....	52
3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	52
3.5.1. Variabel Penelitian .....	52
3.5.2. Inovasi Produk ( $X_1$ ).....	53
3.5.3. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) .....	54

3.5.4. <i>Store Atmosphere</i> ( $X_3$ ).....	54
3.5.5. Keputusan Pembelian ( $Y$ ).....	54
3.6. Teknik Analisis Data.....	55
3.6.1. Pengujian Instrumen Penelitian .....	55
3.6.1.1. Uji Validitas .....	55
3.6.1.2. Uji Reliabilitas .....	56
3.6.2. Uji Asumsi Klasik.....	56
3.6.2.1. Uji Normalitas.....	56
3.6.2.2. Uji Multikolinieritas .....	57
3.6.2.1. Uji Autokorelasi .....	57
3.6.2.2. Uji Heteroskedastisitas .....	58
3.6.3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	59
3.6.4. Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) dan Determinasi ( $r$ ) .....	59
3.6.5. Pengujian Hipotesis .....	60
3.6.1.1. Uji $t$ .....	60
3.6.1.2. Uji $F$ .....	61
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAAN</b>	
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	63
4.1.1. Visi Dan Misi Perusahaan .....	64
4.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan.....	65
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	68
4.2.1. Karakteristik Responden .....	69
4.2.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
4.2.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	69
4.2.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	70
4.2.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan .....	71
4.3. Frekuensi Variabel Penelitian.....	71



4.4. Analisis Data .....	75
4.5. Pengujian Instrumen Penelitian .....	78
4.5.1. Uji Validitas.....	78
4.5.2. Uji Reliabilitas .....	81
4.6. Uji Asumsi Klasik.....	82
4.6.1. Uji Normalitas.....	82
4.6.2. Uji Multikolinieritas .....	84
4.6.3. Uji Autokorelasi.....	85
4.6.4. Uji Heteroskedastisitas .....	86
4.7. Analisis Regresi Linier Berganda .....	87
4.8. Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) dan	
Determinasi ( $r$ ).....	89
4.9. Pengujian Hipotesis .....	90
4.9.1. Uji t .....	90
4.9.2. Uji F .....	92
4.10. Pembahasan Hasil Penelitian .....	93
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Simpulan .....	97
5.2. Saran.....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>101</b>
Lampiran-Lampiran	

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Yang Akan Dilakukan.....	17
3.1. Skala Likert .....	52
4.1. Penilaian Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	69
4.2. Penilaian Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	70
4.3. Penilaian Responden Berdasarkan Penghasilan .....	70
4.4. Penilaian Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan .....	71
4.5. Frekuensi Jawaban Variabel Inovasi Produk .....	72
4.6. Frekuensi Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan .....	73
4.7. Frekuensi Jawaban Variabel Store Atmosphere .....	73
4.8. Frekuensi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian .....	74
4.9. Analisis Data .....	75
4.10. Uji Validitas.....	79
4.11. Uji Reliabilitas.....	82
4.12. Uji Normalitas .....	83
4.13. Uji Multikolinearitas .....	84
4.14. Uji Autokorelasi.....	85
4.15. Analisis Regresi Linier Berganda .....	88
4.16. Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) dan Determinasi ( $r$ ).....	90
4.17. Uji t .....	91
4.18. Uji F .....	93

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Kerangka Konseptual .....	42
3.1. Rancangan Penelitian .....	47
4.1. Struktur Organisasi Perusahaan .....	65
4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	87

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Lembar Persetujuan Pembimbing

Lampiran 2 : Berita Acara Bimbingan Skripsi

Lampiran 3 : Berita Acara Ujian Proposal

Lampiran 4 : Surat ijin Penelitian

Lampiran 5 : Surat Balasan Penelitian

Lampiran 6 : Kuesioner

Lampiran 7 : Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi

Lampiran 8 : Tabulasi Data

Lampiran 9 : Hasil Output SPSS