

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, *STORE ATMOSPHERE*
DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
DONAT MADU PANGKALPINANG**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

**NAMA : RIZKI EKA DIRNA
NIM : 302 12 11 088**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS BANGKA
BELITUNG
2016**



**UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN
MANAJEMEN**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Rizki Eka Dirna
NIM : 302 12 11 088
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : “Pengaruh Diferensiasi Produk, *Store Atmosphere* dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Donat Madu Pangkalpinang”

Pembimbing Utama

Dian Prihardini W.S.E.,M.M
NIP. 198207222014042002

Pembimbing Pendamping

Khairiyansyah, S.E., M.M.
NIP. 197903152012121005

Batunijuk, 03 Agustus 2016
Ketua Jurusan Manajemen

Maya Yusnita, S.E.,M.Si
NIP.198605082014042001

PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, *STORE ATMOSPHERE* DAN
LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA DONAT MADU
PANGKALPINANG**

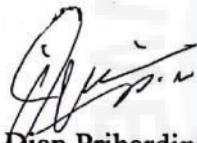
Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh : **Rizki Eka Dirna**

Nomor Induk Mahasiswa : 302 12 11 088

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal, 18 Agustus 2016 dan telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

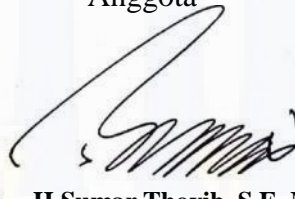
Tim Penguji

Ketua



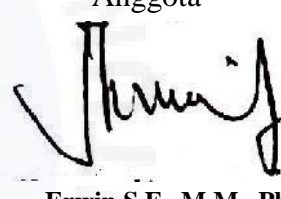
Dian Prihardini W.S.E.,M.M
NP.107408040

Anggota



H.Sumar Thoyib, S.E.,M.M
NP. 506808015

Anggota



Erwin,S.E., M.M., Ph.D.
NP. 506507013

Balunijuk, 18 Agustus 2016
Universitas Bangka Belitung
Fakultas Bangka Belitung
Jurusan Manajemen



Dr. Reniati, S.E., M.Si.
NP. 507206007

Dekan



Maya Yusnita, S.E., M.Si.
NIP.198605082014042001

Ketua Jurusan Manajemen

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Diferensiasi Produk, *Store Atmosphere* dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Donat Madu Pangkalpinang”**”, adalah hasil tulisan saya sendiri, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis terdapat dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan hukuman yang berlaku”.

Balunujuk, 18 Agustus 2016

Penulis



Rizki Eka Dirna

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

"Sesungguhnya sholatku, ibadahku, hidup dan matiku hanya karena Allah SWT".

"Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain". (QS Alam Nasyrh : 6-7)

"Hormati dan Hargailah Orangtua mu maka Hidupmu akan Bahagia, Tenang dan Tentram"

"Dengan Cinta Hidup Akan Lebih Indah, Dengan Ilmu Hidup Akan Lebih Mudah Dan Dengan Iman Hidup Akan Lebih Terarah"

Persembahkan :

- *Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW, atas segala rahmat dan karuniannya yang selalu memberikan jalan terbaik bagi setiap umat manusia, dan juga telah memberikan kemudahan, kelancaran sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya.*
- *Kedua Orang tuaku tercinta mama, ayah terima kasih telah memberikanku dukungan moril maupun materil, dan juga terima kasih tidak pernah berhenti mendoakan ku untuk keberhasilan anaknya.*

- *Orang yang menjadi inspirasi ku ketika menulis skripsi ini adalah dia yang selalu memberiku banyak dukungan baik moril maupun materil dan juga dia yang selalu setia mendampingi ku disaat suka maupun duka.*
- *Sahabat yang selalu ada disaat suka maupun duka khususnya kepada grup d'flanz (Risky, ridwan, eno) yang banyak memberikan arahan, nasehat, dukungan serta bantuan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.*
- *Sahabat ku yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan ku dukungan serta bantuan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.*
- *Teman-teman seperjuanganku Khususnya Big Fam"s MN 1 angkatan 2012 satu untuk selamanya, semoga apa yang dicita-citakan kita semua tercapai. Dan juga terima kasih kepada bapak somad selaku penjaga parkir ubb yang telah senantiasa mendengarkan keluhan mahasiswa semester akhir khususnya MN1.*
- *Almamater ku tercinta yang menjadi kebanggaan ku, Universitas Bangka Belitung.*

ABSTRACT

Rizki Eka Dirna. 302 12 11 088. The Influence of Differentiation of Product, Store Atmosphere, and Location on Consumer Buying Interest at Donat Madu Pangkalpinang

The background of this research is based on the phenomenon that shows the differentiation of product, store atmosphere, and location can influence consumer intention to buy. The purpose of the study is to determine and to review of the influence of differentiation of product, store atmosphere, and location on consumer buying interest at donat madu pangkalpinang.

This is descriptive quantitative research with a total sample of 284 respondents, while sampling technique uses accidental sampling. The independent variable of this study consists of differentiation product, store atmosphere, and location, while the dependent variable is consumer buying interest. The test of instrument uses validity test and reliability test. The method of data analysis uses multiple linear regressions, T test, F test, and coefficient of determination (R^2).

The reaserch result of independent variables obtained that variable X1 t_{value} (2.817) > T_{table} (1.9684), variable X2 t_{hitung} (3,488) > T_{tabel} (1,9684), and variable X3 t_{hitung} (3,462) > T_{tabel} (1,9684). Thus variable X1 (differentiation product) has partial effect on variable Y (consumer buying interest), variable X2 (store atmosphere) has partial effect on variable Y (consumer buying interest), and Variable X3 (location) also has partial effect on variable Y (consumer buying interest). The result of F test shows that F_{hitung} (69,136) > F_{tabel} (2,63), while significance is $0,000 < \alpha$ on significance 0,05, than H_0 is rejected and H_5 is accepted which means independent variables (differentiation product, store atmosphere, and location) simultaneously influence dependent variable (consumer buying interest) significantly. The analysis result of coefficient of determination (R^2) shows that dependent variable (consumer buying interest) is 41,9% and the remaining 58,1% is influenced by other variable out of service.

Keywords: Differentiation Product, Store Atmosphere, Location, Consumer Buying Interest

ABSTRAK

Rizki Eka Dirna. 302 12 11 088. Pengaruh Diferensiasi Produk, *Store Atmosphere* dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Donat Madu Pangkalpinang.

Penelitian ini dilatar belakangi berdasarkan fenomena yang ada menunjukkan bahwa diferensiasi produk, *store atmosphere* dan lokasi dapat mempengaruhi minat konsumen dalam membeli. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapatkan kajian tentang pengaruh diferensiasi produk, *store atmosphere* dan lokasi terhadap minat beli konsumen pada Donat Madu Pangkalpinang.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 284 responden, sedangkan metode pengambilan sampelnya menggunakan *Accidental sampling*. Pada penelitian ini variabel bebasnya terdiri dari diferensiasi produk, *store atmosphere* dan lokasi, sedangkan variabel terikatnya adalah minat beli konsumen. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian variabel independen X1 diperoleh $t_{hitung} (2,817) > T_{tabel} (1,9684)$, variabel X2 $t_{hitung} (3,488) > T_{tabel} (1,9684)$, dan variabel X3 $t_{hitung} (3,462) > T_{tabel} (1,9684)$. Maka variabel X1 (diferensiasi produk) berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (minat beli konsumen), variabel X2 (*store atmosphere*) berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (minat beli konsumen) dan variabel X3 (lokasi) berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (minat beli konsumen). Hasil uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} (69,136) > F_{tabel} (2,63)$, sedangkan signifikansi adalah $0,000 < \alpha$ pada taraf signifikansi 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel *independen* (diferensiasi produk, *store atmosphere* dan lokasi) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel *dependen* (minat beli konsumen) secara signifikan. Hasil analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel *independen* (diferensiasi produk, *store atmosphere* dan lokasi) mempengaruhi variabel *dependen* (minat beli konsumen) sebesar 41,9%, dan sisanya 58,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Kata Kunci : Diferensiasi Produk, *Store Atmosphere*, Lokasi dan Minat Beli Konsumen

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas semua rahmat dan karunia-Nya yang selalu dilimpahkan kepada penulis dan kita semua. Shalawat serta salam selalu dilimpahkan kepada junjungan besar kita Rasullah SAW beserta keluarga, para sahabat dan para pengikutnya hingga akhir jaman, amin. Penulisan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian sidang kesarjanaaan Program S-1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan, yang tiada lain disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak demi kebaikan dan kemajuan di masa mendatang serta untuk kepentingan ilmu pengetahuan pada umumnya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, baik berupa ilmu pengetahuan, dukungan moril maupun materil. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada **Ibu Dian Prihardini Wibawa, S.E., M.M.** sebagai dosen pembimbing utama dan **Bapak Khairiyansyah, S.E., M.M.** sebagai dosen pembimbing pendamping, atas kesabaran dalam bimbingan dan arahnya selama masa penyusunan skripsi. Selain itu juga penulis menyampaikan rasa hormat dan penghargaan serta ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Muh. Yusuf, M.Si. selaku Rektor Universitas Bangka Belitung

2. Ibu Dr. Reniati, S.E. M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
3. Ibu Maya Yusnita, S.E. M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen.
4. Seluruh Bapak/Ibu Dosen beserta staf di lingkungan Universitas Bangka Belitung terutama Fakultas Ekonomi.
5. Donat Madu Pangkalpinang yang telah memberikan izin melakukan penelitian skripsi ini.
6. Teman-teman seperjuangan khususnya Manajemen Angkatan 2012.

Akhir kata, penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menambah pengetahuan kita semua.

Balunujuk, 03 Agustus 2016

Penulis,

Rizki Eka Dirna

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Batasan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.6 Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1 Manajemen Pemasaran	15

2.1.1	Pengertian Pemasaran	15
2.2	Pemasaran	16
2.2.1	Pengertian Pemasaran	16
2.3	Diferensiasi Produk	18
2.3.1	Pengertian Diferensiasi Produk	18
2.3.2	Jenis Diferensiasi Produk	19
2.3.3	Dimensi Diferensiasi Produk	20
2.4	<i>Store Atmosphere</i>	21
2.4.1	Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	21
2.4.2	Dimensi <i>Store Atmosphere</i>	23
2.5	Lokasi	24
2.5.1	Pengertian Lokasi	24
2.5.2	Pemilihan Lokasi	26
2.5.3	Dimensi Lokasi	26
2.6	Minat Beli	27
2.6.1	Pengertian Minat Beli	27
2.6.2	Tahap-tahap dan Proses Pembelian	28
2.6.3	Tipe-tipe Pembelian	31
2.6.4	Dimensi Minat Beli	32
2.7	Penelitian Terdahulu	33
2.8	Kerangka Berpikir	35
2.8.1	Gambaran Diferensiasi Produk, <i>Store Atmosphere</i> , Lokasi dan Minat Beli	36

2.8.2 Hubungan antara Diferensiasi Produk dengan Minat Beli	37
2.8.3 Hubungan antara <i>Store Atmosphere</i> dengan Minat Beli	37
2.8.4 Hubungan antara Lokasi dengan Minat Beli	38
2.8.5 Hubungan Diferensiasi Produk, <i>Store Atmosphere</i> dan Lokasi dengan Minat Beli	39
2.9 Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Pendekatan Penelitian	41
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	41
3.3 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian	41
3.4 Populasi dan Sampel	45
3.4.1 Populasi	45
3.4.2 Sampel	45
3.5 Jenis Data	46
3.5.1 Data Primer	46
3.5.2 Data Sekunder	47
3.6 Teknik Pengumpulan Data	47
3.7 Skala Pengukuran Variabel	48
3.8 Teknik Analisis Data	49
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif dan Verivikatif	49

3.8.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	51
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	52
3.8.4 Analisis Regresi Berganda	54
3.8.5 Pengujian Hipotesis	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.1.1 Profil Singkat Donat Madu Pangkalpinang	58
4.1.2 Visi dan Misi Donat Madu Pangkalpinang	58
4.1.2.1 Visi	59
4.1.2.2 Misi	59
4.1.3 Struktur Organisasi Donat Madu Pangkalpinang	59
4.2 Hasil Deskriptif Penelitian	61
4.2.1 Hasil Deskriptif Karakteristik Responden	61
4.2.2 Hasil Statistik Deskriptif	64
4.2.3 Rekapitulasi Deskriptif Variabel	98
4.3 Hasil Analisis Data	99
4.3.1 Uji Validitas	99
4.3.2 Uji Reliabilitas	101
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	101
4.3.4 Analisis Regresi Berganda	105
4.3.5 Uji t	107
4.3.6 Uji F	109
4.3.7 Uji R ²	110

4.4 Pembahasan	111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	117
5.1 Kesimpulan	117
5.2 Saran	118

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Data penjualan Donat Madu Pangkalpinang	4
Tabel I.2	Data pengunjung Donat Madu Pangkalpinang	5
Tabel I.3	Varian Topping Donat Madu Pangkalpinang	6
Tabel I.4	Varian Topping Mokko Factory Pangkalpinang	7
Tabel I.5	Daftar Harga pada Donat Madu dan Moko Factory	8
Tabel I.6	Data Survei Awal	9
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	33
Tabel III.1	Definisi Operasional Variabel	43
Tabel III.2	Skala Pengukuran Variabel	49
Tabel III.2	Katagori Skala	50
Tabel IV.1	Jenis Kelamin Responden	61
Tabel IV.2	Usia Responden	62
Tabel IV.3	Pekerjaan Responden	63
Tabel IV.4	Diferensiasi produk indikator Ukuran	64
Tabel IV.5	Indikator Model	65
Tabel IV.6	Indikator Motif Beragam	65
Tabel IV.7	Indikator Motif Menarik	66
Tabel IV.8	Indikator Mutu Kinerja	66
Tabel IV.9	Indikator Mutu Produk	67
Tabel IV.10	Indikator Kesesuaian Ukuran	68
Tabel IV.11	Indikator Kesesuaian Standar	69

Tabel IV.12	Indikator Daya Tahan Produk	70
Tabel IV.13	Indikator Umur Ekonomis	71
Tabel IV.14	Indikator Penampilan Produk Menarik	71
Tabel IV.15	Indikator Desain yang Khas	72
Tabel IV.16	Rata-rata Jawaban Responden pada Diferensiasi Produk	73
Tabel IV.17	<i>Store atmosphere</i> indikator Bagian Muka Toko	74
Tabel IV.18	Indikator Pintu Masuk	74
Tabel IV.19	Indikator Keunikan	75
Tabel IV.20	Indikator Tempat Parkir	76
Tabel IV.21	Indikator Lantai	77
Tabel IV.22	Indikator Warna dan Pencahayaan	77
Tabel IV.23	Indikator Kebersihan	78
Tabel IV.24	Indikator Ruang Penjualan	79
Tabel IV.25	Indikator Ruang Pelanggan	80
Tabel IV.26	Indikator Arus Lalu Lintas dalam Toko	80
Tabel IV.27	Indikator Dekorasi Sesuai Tema	81
Tabel IV.28	Indikator Dekorasi Nyaman	82
Tabel IV.29	Rata-rata Jawaban Responden pada <i>Store Atmosphere</i>	83
Tabel IV.30	Lokasi indikator Mudah dilalui	83
Tabel IV.31	Indikator Mudah dijangkau	84
Tabel IV.32	Indikator Berada di jalan Raya Utama	85
Tabel IV.33	Indikator Mudah Dilihat	86
Tabel IV.34	Indikator Luas	86

Tabel IV.35	Indikator Aman	87
Tabel IV.36	Indikator Tempat yang Luas	88
Tabel IV.37	Indikator Perluasan Usaha	89
Tabel IV.38	Indikator Daerah yang Mendukung	89
Tabel IV.39	Indikator Lingkungan yang Kondusif	90
Tabel IV.40	Rata-rata Jawab Responden pada Lokasi	91
Tabel IV.41	Minat Beli Indikator Tingkat Karakteristik	92
Tabel IV.42	Indikator Tingkat Keunggulan Produk	92
Tabel IV.43	Indikator Merekomendasikan Kepada Orang Lain	93
Tabel IV.44	Indikator Memberi Saran tentang Membeli	94
Tabel IV.45	Indikator Tingkat Keyakinan	95
Tabel IV.46	Indikator Niat Pembelian Ulang	95
Tabel IV.47	Indikator Mengeksplor Keunggulan Produk	96
Tabel IV.48	Indikator Mengeksplor Informasi Produk	97
Tabel IV.49	Rata-rata Jawab Responden pada Minat Beli	98
Tabel IV.50	Hasil Rekapitulasi Deskriptif Variabel	98
Tabel IV.51	Hasil Uji Validitas	98
Tabel IV.52	Hasil Uji Reliabilitas	101
Tabel IV.53	Hasil Uji Multikolinieritas	103
Tabel IV.54	Hasil Analisis Regresi Berganda	106
Tabel IV.55	Hasil Analisis Uji t	108
Tabel IV.56	Hasil Analisis Uji F	109
Tabel IV.57	Hasil Analisis Uji R^2	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Kerangka Berpikir	35
Gambar IV.1	Struktur Organisasi	60
Gambar IV.2	Jenis Kelamin Responden	61
Gambar IV.3	Usia Responden	62
Gambar IV.4	Pekerjaan Responden	63
Gambar IV.5	Hasil Uji Normalitas	102
Gambar IV.6	Hasil Uji Heterokedastisitas	105



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian Lampiran
- 2 Tabulasi Jawaban Responden Lampiran
- 3 Hasil Karakteristik Responden Lampiran
- 4 Hasil Deskriptif
- Lampiran 5 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Berganda, Uji t, Uji F dan R^2
- Lampiran 9 Surat Keterangan Riset
- Lampiran 10 Surat UPT Bahasa
- Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 12 Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 13 Dokumentasi Foto