



**PENGARUH INOVASI PRODUK, LOKASI, SUASANA TEMPAT
DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
RUMAH MAKAN H. ISMUN 1 JEPARA**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh

Auliyana Firda Tazkiya

NIM : 201911466

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2023**



**PENGARUH INOVASI PRODUK, LOKASI, SUASANA TEMPAT
DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
RUMAH MAKAN H. ISMUN 1 JEPARA**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh :

AULIYANA FIRDA TAZKIYA

NIM. 201911466

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2023**

**PENGARUH INOVASI PRODUK, LOKASI, SUASANA TEMPAT
DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
RUMAH MAKAN H. ISMUN I JEPARA**

Nama : Auliyana Firda Tazkiya
NIM : 201911466
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

Mengetahui
Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)

NIDN. 0024037701

Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)

NIDN. 0628048702

Mengetahui
Dekan



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)

NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M)

NIDN. 0615079303

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah:286)

Persembahan:

1. Kedua orang tuaku tersayang yang selalu memberi dukungan dan doa.
2. Dosen pembimbingku yang telah memberikan pengarahannya dan bimbingan, dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Sahabatku dan teman seperjuangan yang telah memberikan motivasi, dukungan dan semangat dalam mengerjakan skripsi ini sampai selesai.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“INOVASI PRODUK, LOKASI, SUASANA TEMPAT DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN H. ISMUN 1 JEPARA”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Progam Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan serta dukungan dari semua pihak, maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I, yang telah banyak memberikan pengarahan dan bimbingan, dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah banyak memberikan pengarahan dan bimbingan, dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

6. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan dan mengajarkan ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Kedua orang tuaku tersayang, Bapak Muntakiya dan Ibu Khanifah, dua sosok yang sangat kuat dan pantang menyerah memberikan segala yang terbaik demi anak perempuannya, tak henti-hentinya memberikan semangat dan senantiasa memberikan doa yang luar biasa di setiap harinya.
8. Sahabat-sahabatku “Chilgrils” dan Mayla, terimakasih banyak yang telah memberikan motivasi, dukungan dan semangat dalam mengerjakan skripsi ini sampai selesai.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memperlancar proses penelitian dari awal sampai selesainya penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu diharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak guna menyempurkan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Kudus, 2023

Penulis,

Auliyana Firda Tazkiya

201911466

**PENGARUH INOVASI PRODUK, LOKASI, SUASANA TEMPAT
DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
RUMAH MAKAN H. ISMUN 1 JEPARA**

AULIYANA FIRDA TAZKIYA

201911466

Pembimbing 1 : Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M

2 : Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk, lokasi, suasana tempat dan cita rasa terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden yang telah berkunjung di Rumah Makan H. Ismun 1 Jepara. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling *nonprobability sampling*, dengan jenis *Accidental Sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial inovasi produk, suasana tempat dan cita rasa berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, tetapi lokasi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan inovasi produk, lokasi, suasana tempat, dan cita rasa berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Inovasi Produk, Lokasi, Suasana Tempat, Cita Rasa, Keputusan Pembelian.

**THE INFLUENCE OF PRODUCT INNOVATION, LOCATION,
PLACE AMBIENCE AND TASTE ON PURCHASE DECISIONS
AT H. ISMUN 1 JEPARA REUSTAURANT**

AULIYANA FIRDA TAZKIYA
201911466

Advisor 1 : Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
2 : Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M

**UNIVERSITY OF MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY PROGRAM**

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product innovation, location, atmosphere and taste on purchasing decisions. The research method used is a quantitative method. The data collection technique used was by distributing questionnaires to 100 respondents who had visited the H. Ismun 1 Jepara Restaurant. The sampling method in this study used a non-probability sampling technique, with the type of Accidental Sampling. The data analysis method used is the validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression test, t test, F test, and the coefficient of determination. The results showed that partially product innovation, atmosphere and taste had a significant positive effect on purchasing decisions, but location had an insignificant positive effect on purchasing decisions. Meanwhile, simultaneously product innovation, location, atmosphere, and taste influence purchasing decisions.

Keywords: Product Innovation, Location, Atmosphere, Taste, Purchase Decision.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	II
HALAMAN PENGESAHAN.....	III
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	IV
KATA PENGANTAR.....	V
ABSTRAK	VII
ABSTRACT	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL.....	XIII
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup	9
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Masalah.....	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Keputusan Pembelian	12
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	12
2.1.2 Tahap-Tahap Dalam Keputusan Pembelian	12
2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	14
2.1.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	15

2.2	Inovasi Produk	15
2.2.1	Pengertian Inovasi Produk	15
2.2.2	Indikator Inovasi Produk	17
2.3	Lokasi.....	18
2.3.1	Pengertian Lokasi	18
2.3.1	Indikator Lokasi	19
2.4	Suasana Tempat	20
2.4.1	Pengertian Suasana Tempat	20
2.4.2	Indikator Suasana Tempat	20
2.5	Cita Rasa	22
2.5.1	Pengertian Cita Rasa	22
2.5.2	Indikator Cita Rasa	22
2.6	Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	24
2.7	Pengaruh Antar Variabel	26
2.8	Kerangka Pemikiran Teoritis	30
2.9	Hipotesis	31
	BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1	Rancangan Penelitian.....	32
3.2	Variabel Penelitian.....	32
3.2.1	Variabel Dependen	32
3.2.2	Variabel Independen	33
3.3	Definisi Variabel Operasional	33
3.3.1	Keputusan Pembelian	33

3.3.2	Inovasi Produk	34
3.3.3	Lokasi.....	35
3.3.4	Suasana Tempat	35
3.3.5	Cita Rasa.....	36
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	36
3.4.1	Jenis Data.....	36
3.4.2	Sumber Data	37
3.5	Populasi dan Sampel.....	37
3.5.1	Populasi.....	37
3.5.2	Sampel	37
3.6	Pengumpulan Data.....	39
3.6.1	Wawancara.....	39
3.6.2	Kuesioner	39
3.7	Pengolahan Data	39
3.8	Analisis Data.....	42
3.8.1	Uji Instrumen Penelitian	42
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	44
3.8.3	Uji Regresi Linier Berganda	47
3.8.4	Pengujian Hipotesis	48
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
4.1.1	Sejarah Perusahaan	51
4.2	Penyajian Data	53

4.2.1	Karakteristik Responden.....	53
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	55
4.3	Analisis Data.....	60
4.3.1	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	60
4.3.2	Hasil Uji Asumsi Klasik	64
4.3.3	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	69
4.3.4	Hasil Uji Hipotesis.....	71
4.4	Pembahasan	77
4.4.1	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	77
4.4.2	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	78
4.4.3	Pengaruh Suasana Tempat Terhadap Keputusan Pembelian.....	79
4.4.4	Pengaruh Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian.....	79
4.4.5	Pengaruh Inovasi Produk, Lokasi, Suasana Tempat dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		82
5.1	Kesimpulan	82
5.2	Saran	83
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN		89

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	54
4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Domisili.....	55
4.4 Tanggapan Responden Variabel Inovasi Produk	56
4.5 Tanggapan Responden Variabel Lokasi.....	57
4.6 Tanggapan Responden Variabel Suasana Tempat	58
4.7 Tanggapan Responden Variabel Cita Rasa	59
4.8 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	60
4.9 Hasil Uji Validitas	61
4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Inovasi Produk	62
4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi	63
4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Suasana Tempat	63
4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Cita Rasa.....	64
4.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	64
4.15 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	66
4.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
4.17 Hasil Uji Autokorelasi.....	68
4.18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	70
4.19 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	71
4.20 Hasil Uji Simultan (Uji F)	75
4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	76

DAFTAR GAMBAR

	Hal
1.1 Daftar Menu Makanan Rumah Makan H. Ismun 1 Jepara.....	4
2.1 Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	13
2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	29
4.1 Hasil Uji Normalitas Grafik Kurva Normal P-Plot.....	65
4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot.....	68