

**PENGARUH HARGA, E-MONEY, DAN STORE  
ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA SALADBAR HADI  
KITCHEN DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Jeni Tang  
180910422**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2022**

**PENGARUH HARGA, E-MONEY, DAN STORE  
ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA SALADBAR HADI  
KITCHEN DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:  
Jeni Tang  
180910422**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2022**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Jeni Tang  
NPM : 180910422  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

**“PENGARUH HARGA, E-MONEY, DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SALADBAR HADI KITCHEN DI KOTA BATAM”**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 17 Januari 2022



**Jeni Tang**  
**180910422**

**PENGARUH HARGA, E-MONEY, DAN STORE  
ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA SALADBAR HADI  
KITCHEN DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh:**

**Jeni Tang  
180910422**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera di bawah ini**

**Batam, 17 Januari 2022**



**Syaifulah, S.E., M.M.**  
Pembimbing



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, *e-money*, dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Saladbar Hadi Kitchen di Kota Batam. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer melalui metode angket (kuesioner) dan data sekunder dari data perusahaan dan bahan pustaka yang didapatkan dari segala sumber literatur berupa buku dan jurnal penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan variabel pada telaah ini. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Saladbar Hadi Kitchen di Kota Batam dari bulan Januari 2021 hingga Juni 2021 dan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 286 orang untuk menguji pengaruh harga, *e-money*, dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Saladbar Hadi Kitchen di Kota Batam. Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai instrumen survei untuk mengumpulkan data secara *online* melalui *Google Form*. Penelitian ini menggunakan alat pengolah data yaitu SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, *e-money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, dan *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Adapun secara simultan menyatakan bahwa harga, *e-money*, dan *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Saladbar Hadi Kitchen di Kota Batam.

**Kata Kunci:** Harga, *E-money*, *Store Atmosphere*, dan Keputusan Pembelian Konsumen

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of price, e-money, and store atmosphere on consumer purchasing decisions at Saladbar Hadi Kitchen in Batam City. The data used in this study are primary data through the questionnaire method and secondary data from company data and library materials obtained from all literature sources in the form of books and previous research journals that are related to the variables in this study. The population in this study were Saladbar Hadi Kitchen consumers in Batam City from January 2021 to June 2021 and the sampling technique used the purposive sampling method. The sample used is 286 people to test the effect of price, e-money, and store atmosphere on consumer purchasing decisions at Saladbar Hadi Kitchen in Batam City. In this study, the questionnaire was used as a survey instrument to collect data online via Google Form. This study uses a data processing tool, namely SPSS 25. The results of this study partially state that price has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions, e-money has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions, and store atmosphere has a positive and significant effect on purchasing decisions. consumer. Simultaneously stated that price, e-money, and store atmosphere have a positive and significant effect on consumer purchasing decisions at Saladbar Hadi Kitchen in Batam City.*

**Keywords:** *Price, E-money, Store Atmosphere, and Consumer Purchasing Decisions*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam .
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Syaifullah, S.E., M.M. selaku Pembimbing Skripsi Pada program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Bapak / Ibu dosen dan staff di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam, khususnya Program Studi Manajemen yang telah banyak membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.
6. Kepada orang tua dan sahabat-sahabat yang selalu memberi kasih sayang, semangat, perhatian, dan mendukung penulis sejak awal kuliah hingga akhir penyusunan skripsi.
7. Kepada teman-teman seangkatan yang sama-sama berjuang serta mendukung satu sama lain sejak awal kuliah hingga akhir penyusunan skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin. Tuhan memberkati.

Batam, 17 Januari 2022



Jeni Tang  
180910422





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Batasan Masalah .....	8
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian .....	9
1.6 Manfaat Penelitian .....	10
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.6.2 Manfaat Praktis .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
2.1. Kajian Teori.....	12
2.1.1 Harga .....	12
2.1.2 <i>E-money</i> .....	18
2.1.3 <i>Store Atmosphere</i> .....	22
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	26
2.2. Penelitian Terdahulu.....	31
2.3. Kerangka Berpikir .....	34
2.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	34
2.3.2 Pengaruh <i>E-money</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.3.3 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.3.4 Pengaruh Harga, <i>E-money</i> , dan <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	36

2.4.	Kerangka Pemikiran .....	37
2.5.	Hipotesis Penelitian .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>38</b>
3. 1	Jenis Penelitian .....	38
3. 2	Sifat Penelitian .....	38
3. 3	Lokasi dan Periode Penelitian .....	39
3.3.1	Lokasi Penelitian .....	39
3. 4	Populasi dan Sampel Penelitian .....	40
3.4. 1	Populasi Penelitian .....	40
3.4. 2	Teknik Penentuan Besar Sampel .....	40
3.4. 3	Teknik Sampling .....	41
3. 5	Sumber Data .....	42
3. 6	Metode Pengumpulan Data .....	42
3. 7	Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	43
3.7.1	Definisi Operasional Variabel Independen .....	43
3.7.2	Definisi Variabel Dependen .....	44
3. 8	Metode Analisis Data .....	45
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	45
3.8.2	Uji Kualitas Data .....	46
3.8.3	Uji Asumsi Klasik .....	48
3. 9	Uji Hipotesis.....	50
3.9.1	Analisis Regresi Linear Berganda .....	50
3.9.2	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	51
3.9.3	Uji Pengaruh.....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>53</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	53
4.1.1	Sejarah Objek Penelitian .....	53
4.1.2	Logo Objek Penelitian.....	54
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden .....	54
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	55
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan .....	56
4.3	Deskripsi Jawaban Responden .....	57

4.3.1	Variabel Harga (X1) .....	57
4.3.2	Variabel <i>E-money</i> (X2) .....	58
4.3.3	Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X3) .....	59
4.3.4	Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	60
4.4	Analisis Data .....	61
4.4.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	61
4.4.2	Uji Kualitas Data .....	62
4.4.3	Uji Asumsi Klasik .....	65
4.4.4	Uji Pengaruh.....	68
4.5	Pengujian Hipotesis .....	70
4.5.1	Uji T (Regresi Parsial).....	70
4.5.2	Uji F (Regresi Simultan) .....	71
4.6	Pembahasan .....	72
4.6.1	Pengaruh Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y) Pada Saladbar Hadi Kitchen Di Kota Batam .....	72
4.6.2	Pengaruh <i>E-money</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Saladbar Hadi Kitchen Di Kota Batam .....	72
4.6.3	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Saladbar Hadi Kitchen Di Kota Batam .....	72
4.6.4	Pengaruh Harga (X1), <i>E-money</i> (X2), dan <i>Store Atmosphere</i> (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Saladbar Hadi Kitchen Di Kota Batam .....	73
4.7	Implikasi Hasil Penelitian .....	74
4.7.1	Implikasi Teoritis .....	74
4.7.2	Implikasi Praktis.....	74
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>74</b>
5.1	Simpulan.....	74
5.2	Saran.....	74

## LAMPIRAN

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b> Menu dan Harga Produk Saladbar Hadi Kitchen .....	2
<b>Gambar 1. 2</b> <i>Store Atmosphere</i> Saladbar Hadi Kitchen Batam.....	7
<b>Gambar 2. 1</b> Indikator Iklim Toko.....	25
<b>Gambar 2. 2</b> Kerangka Berpikir .....	37
<b>Gambar 4. 1</b> Logo Saladbar Hadi Kitchen .....	54
<b>Gambar 4. 2</b> Kurva Histogram .....	65
<b>Gambar 4. 3</b> <i>Normal P-Plot Regression Standardized</i> .....	66

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1</b> Perbandingan Harga Hadi Kitchen dan Pesaing.....	3
<b>Tabel 2. 1</b> Tabel Perbedaan <i>E-money</i> berbasis <i>chip</i> dan <i>server</i> .....	19
<b>Tabel 2. 2</b> Penelitian Terdahulu.....	31
<b>Tabel 3. 1</b> Jadwal Penelitian.....	39
<b>Tabel 3. 2</b> Skala <i>Likert</i> .....	43
<b>Tabel 3. 3</b> Operasional Variabel <i>Independent</i> (Bebas).....	44
<b>Tabel 3. 4</b> Range Validitas .....	46
<b>Tabel 3. 5</b> Reliabilitas.....	48
<b>Tabel 4. 1</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
<b>Tabel 4. 2</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
<b>Tabel 4. 3</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
<b>Tabel 4. 4</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan .....	56
<b>Tabel 4. 5</b> Deskriptif Variabel Harga .....	57
<b>Tabel 4. 6</b> Deskriptif Variabel <i>E-money</i> .....	58
<b>Tabel 4. 7</b> Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i> .....	59
<b>Tabel 4. 8</b> Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	60
<b>Tabel 4. 9</b> Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	61
<b>Tabel 4. 10</b> Hasil Uji Validitas Harga .....	62
<b>Tabel 4. 11</b> Hasil Uji Validitas <i>E-money</i> .....	63
<b>Tabel 4. 12</b> Hasil Uji Validitas <i>Store Atmosphere</i> .....	63
<b>Tabel 4. 13</b> Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	64
<b>Tabel 4. 14</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	64
<b>Tabel 4. 15</b> Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....	66
<b>Tabel 4. 16</b> Hasil Uji Multikolinearitas .....	67
<b>Tabel 4. 17</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	68
<b>Tabel 4. 18</b> Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	68
<b>Tabel 4. 19</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	69
<b>Tabel 4. 20</b> Hasil Uji T.....	70
<b>Tabel 4. 21</b> Hasil Uji F .....	71

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3. 1</b> Rumus Slovin.....	40
<b>Rumus 3. 2</b> Koefisiensi Korelasi Pearson <i>Product Moment</i> .....	47
<b>Rumus 3. 3</b> Analisis Regresi Linear Berganda .....	50