



PENGARUH *SERVICE QUALITY, FOOD QUALITY, PRICE PERCEPTION*, DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA RASA RESTAURANT

SKRIPSI

NABYL SYAHPUTRA KASIM 2010111087

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

JAKARTA

2025



PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *FOOD QUALITY*, *PRICE PERCEPTION*, DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA RASA RESTAURANT

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

NABYL SYAHPUTRA KASIM 2010111087

PROGRAM SARJANA MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAKARTA**

2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Nabyl Syahputra Kasim

NIM : 2010111087

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 17 Juni 2025

Yang Menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow 10,000 Rupiah postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METRA TEMPEL', and a serial number '2A783AMX3703283317'. An arrow points from the signature to the name below.

(Nabyl Syahputra Kasim)

PERSETUJUAN PUBLIKASI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nabyl Syahputra Kasim
NIM : 2010111087
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi Pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas Skripsi saya yang berjudul:

Pengaruh Service Quality, Food Quality, Price Perception dan Store Atmosphere Terhadap Purchase Decision Pada Rasa Restaurant

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpang, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 14 Juli 2025

Yang menyatakan,


Nabyl Syahputra Kasim

PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *FOOD QUALITY*, *PRICE PERCEPTION*, DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA RASA RESTAURANT

Dipersiapkan dan Disusun oleh

NABYL SYAHPUTRA KASIM 2010111087

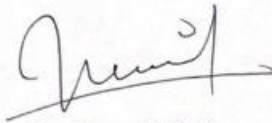
Telah dipertahankan didepan Tim Penguji pada tanggal: 20 Juni 2025

Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dra. Bernadin Dwi, MM., CPM

Ketua Penguji



Dra. Pusporini, MM

Dosen Penguji I



Diana Triwardhani, SE, MM., Ph.D

Dosen Penguji II (Pebimbing)



Dr. Jubaedah, SE, MM.

Dekan



Siti Hidayati, SE, MM.

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 20 Juni 2025

The Influence of Service Quality, Food Quality, Price Perception and Store Atmosphere on Purchase Decision of Rasa Restaurant

By Nabyl Syahputra Kasim

ABSTRACT

This study is included in the category of quantitative research that aims to determine the effect of service quality variables, food quality, price perception and store atmosphere on purchasing decision variables. The method used in this study is to conduct quantitative descriptive analysis with data obtained by distributing questionnaires. For the sampling technique in this study, the purposive sampling technique was used with a total number of respondents in this study, namely 129 consumer respondents of Rasa Restaurant at AYANA Midplaza Jakarta. In this study, data analysis used with the SmartPLS 4.0 software tool, the results of data processing in this study found that (1) service quality has an influence on purchasing decisions with a f-value of $3.398 > 1.979$ f-table; (2) food quality has an influence on purchasing decisions with a f-value of $3.530 > 1.979$ f-table; (3) price perception has an influence on purchasing decisions with a f-value of $5.732 > 1.979$ f-table; (4) The store atmosphere has no influence on purchasing decisions with a calculated f-value of $0.868 < 1.979$ f-table; Based on the value of R Adjusted of 0.872, the variables of service quality, food quality and price perception can be said to have an influence of 87.2% on the purchasing decision variable.

Keywords: *service quality, food quality, price perception, store atmosphere, purchase decision, rasa restaurant.*

Pengaruh Service Quality, Food Quality, Price Perception dan Store Atmosphere Terhadap Purchase Decision Pada Rasa Restaurant

Oleh Nabyl Syahputra Kasim

ABSTRAK

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kuantitatif yang memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel kualitas layanan, kualitas makanan, persepsi harga dan atmosfer toko terhadap variabel keputusan pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan analisis deskriptif kuantitatif dengan data yang didapatkan dengan melakukan penyebaran kuisioner. Untuk teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah total responden penelitian ini yaitu 129 responden konsumen Rasa Restaurant di AYANA Midplaza Jakarta. Dalam penelitian ini analisis data digunakan dengan alat pembantu *software* SmartPLS 4.0 hasil olah data dalam penelitian ini telah ditemukan bahwa (1) kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-hitung $3,398 > 1,979$ t-tabel; (2) kualitas makanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-hitung $3,530 > 1,979$ t-tabel; (3) persepsi harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-hitung $5,732 > 1,979$ t-tabel; (4) atmosfer toko tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-hitung $0,868 < 1,979$ t-tabel. Berdasarkan nilai dari R Adjusted sebesar 0,872 maka secara bersamaan variabel kualitas layanan, kualitas makanan dan persepsi harga dapat dikatakan memiliki pengaruh sebesar 87,2% terhadap variabel keputusan pembelian

Kata kunci: kualitas layanan, kualitas makanan, persepsi harga, atmosfer toko, rasa restaurant

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904
Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR SEMESTER GENAP TA. 2024/2025

Pada hari ini, Jumat , tanggal 20 Juni 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir
bagi mahasiswa:

Nama : Nabyl Syahputra Kasim
NIM : 2010111087
Program Studi : Manajemen S1
Judul Tugas Akhir :

**PENGARUH SERVICE QUALITY, FOOD QUALITY, PRICE PERCEPTION, DAN
STORE ATMOSPHERE TERHADAP PURCHASE DECISION PADA RASA
RESTAURANT**

Dinyatakan yang bersangkutan Lulus / Tidak Lulus/Sidang Ulang*, dengan Nilai Rata-Rata
dan Nilai Huruf

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dra. Bernadin Dwi M, MM	Ketua	
2	Dra. Pusporini, MM	Anggota I	
3	Dr. Diana Triwardhani, SE., MM	Anggota II **)	

Keterangan:
*) Coret yang tidak perlu
**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala
85 - 100 = A
80 - 84.99 = A-
75 - 79.99 = B+
70 - 74.99 = B
65 - 69.99 = B-
60 - 64.99 = C+
55 - 59.99 = C
40 - 54.99 = D
0 - 39.99 = E

Jakarta, 20 Juni 2025

Mengesahkan
a.n. DEKAN
Koordinator Prodi Manajemen S1

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia dan rahmat-Nya sehingga pada penulisan ini peneliti dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Service Quality*, *Food Quality*, *Price Perception* dan *Store Atmosphere* Terhadap *Purchase Decision* Pada Rasa Restaurant”**.

Pada kesempatan kali ini penulis ini mengucapkan terimakasih, yaitu khususnya kepada ibu Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Siti Hidayati, SE, MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana, Dr. Sri Mulyantini, SE, MM selaku dosen pembimbing akademik dan Ibu Diana Triwardhani, SE, MM, Ph.D, selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah memberikan banyak sekali masukan serta arahan untuk membuat penulisan ini sampai pada titik selesai.

Taklupa saya ucapkan terima kasih kepada ayah dan kaka serta seluruh keluarga saya yang selalu memberikan dukungan mental kepada saya untuk menyelesaikan penelitian ini, taklupa juga saya ucapkan terima kasih kepada teman saya yang selalu memberikan informasi, dukungan semangat kepada saya. Untuk akhir kata saya ucapkan terima kasih kepada pembaca penelitian ini mohon maaf karena saya sadar masih banyak keterbatasan dalam penelitian ini. Saya terbuka untuk menerima segala kritik serta saran yang membangun dengan alasan penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Saya harap dengan adanya penelitian ini, kedepannya akan lebih baik bagi peneliti selanjutnya maupun perusahaan yang diteliti.

Jakarta 15 Maret 2025



Nabyl Syahputra Kasim

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran	11
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	12
2.1.3 <i>Purchase Decision</i> (Keputusan Pembelian)	12
2.1.5 <i>Food Quality</i> (Kualitas Makanan)	16
2.1.6 <i>Price Perception</i> (Persepsi Harga)	17
2.1.7 <i>Store Atmosphere</i> (Suasana Toko).....	19
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	20
2.3 Model Penelitian.....	32
2.3.1 <i>Service Quality</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	32

2.3.2 <i>Food Quality</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	32
2.3.3 <i>Price Perception</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	33
2.3.4 <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	34
2.3.5 Kerangka Pemikiran	34
2.4 Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36
3.1.1 Definisi Operasional	36
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	37
3.2 Populasi dan Sampel	38
3.2.1 Populasi.....	38
3.2.2 Sampel	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data	40
3.3.1 Jenis Data	40
3.3.2 Sumber Data	40
3.3.3 Pengumpulan Data	41
3.4 Teknik Analisis Data	43
3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	43
3.4.2 Analisis Statistik Inferensial	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	54
4.2 Deskripsi Data Penelitian	56
4.3 Analisis dan Uji Hipotesis	59
4.3.1 Analisis Data Deskriptif.....	59
4.3.2 Analisis Data Inferensial.....	65
4.3.3 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	70
4.4 Pembahasan	73
4.4.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	73
4.4.2 Pengaruh <i>Food Quality</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	74

4.4.3 Pengaruh <i>Price Perception</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	76
4.4.4 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1 Simpulan.....	80
5.2 Keterbatasan Penelitian	81
5.3 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
RIWAYAT HIDUP	91
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Provinsi dengan Usaha Kuliner Terbanyak di Indonesia 2020.....	1
Tabel 2. Analisis Perbandingan Pengunjung per Bulan Tahun 2023 dan 2024.....	3
Tabel 3. Matriks Penelitian Sebelumnya Terkait dengan Keputusan Pembelian	29
Tabel 4. Pengukuran Variabel.....	38
Tabel 5. Skala Likert	42
Tabel 6. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	42
Tabel 7. Bobot Penelitian Skala Likert	44
Tabel 8. Interpretasi Nilai Indeks Responden	45
Tabel 9. Langkah-langkah PLS.....	46
Tabel 10. Nilai Indeks Variabel <i>Purchase Decision</i>	60
Tabel 11. Nilai Indeks Variabel <i>Service Quality</i>	61
Tabel 12. Nilai Indeks Variabel <i>Food Quality</i>	63
Tabel 13. Nilai Indeks Variabel <i>Price Perception</i>	64
Tabel 14. Nilai Indeks Variabel <i>Store Atmosphere</i>	64
Tabel 15. Nilai <i>Outer Loading Factor</i>	67
Tabel 16. Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	68
Tabel 17. Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	69
Tabel 18. Hasil Uji <i>R-Square</i>	70
Tabel 19. Hasil Uji <i>Q-Square</i>	71
Tabel 20. Hasil Uji Hipotesis	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Penelitian	45
Gambar 2. Inner Model	47
Gambar 3. Outer Model	48
Gambar 4. Model Diagram Jalur.....	49
Gambar 5. Suasana Rasa Restaurant.....	54
Gambar 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Gambar 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Gambar 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	58
Gambar 9. Outer Model	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	92
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuisisioner	98
Lampiran 3. Karakteristik Data Responden	118
Lampiran 4. Hasil Output SmartPLS 4.0	119
Lampiran 5. Bukti Sebar Kuisisioner	123