

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA  
DAN LINGKUNGAN GERAJ TERHADAP NIAT PEMBELIAN  
PRODUK HEY TRIX**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana  
Manajemen (S1) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis  
dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun oleh:

**Graciela Priska Wonte**

**NPM: 160322844**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2023**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,  
HARGA DAN LINGKUNGAN GERAJ TERHADAP NIAT  
PEMBELIAN PRODUK HEY TRIX**



**Disusun oleh:**

**Graciela Priska Wonte**

**NPM: 160322844**

**Telah dibaca dan disetujui oleh :**

**Pembimbing**

  
**Nadia Nila Sari, SE., MBA.**

**Skripsi**

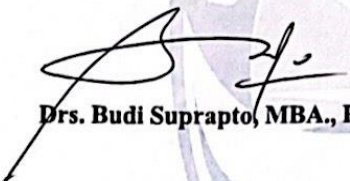
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,  
HARGA DAN LINGKUNGAN GERAJ TERHADAP NIAT  
PEMBELIAN PRODUK HEY TRIX**

**Yang dipersiapkan dan disusun oleh:  
Graciela Priska Wonte  
NPM: 160322844**

**Telah dipertahankan didepan Panitia  
Penguji pada Tanggal 21 Juli 2023  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima  
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana  
Ekonomi (S1) Program Studi Manajemen**

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI :**

**Ketua Panitia Penguji**

  
**Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**

**Anggota Panitia Penguji**

  
**Nadia Nila Sari, SE., MBA.**

  
**Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.**

**Yogyakarta, 27 Juli 2023**

**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**“ PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,  
HARGA DAN LINGKUNGAN GERAJ TERHADAP NIAT PEMBELIAN  
PRODUK HEY TRIX “**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, ataupun kutipan baik langsung atau tidak langsung yang bersumber pada tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dan daftar Pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang diperoleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 4 Juli 2023

Yang menyatakan



Graciela Priska Wonte

## KATA PENGANTAR

Penyusunan skripsi ini dapat penulis selesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak, pada kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus yang selalu memberikan kekuatan serta penghiburan untuk penulis sehingga penulis bisa berada dititik ini itu semua karena berkat, anugerah, dan kasih karunia-Nya. Without Him i'm nothing.
2. Papi dan Mami, Kakak Christy, Adik Trixie, yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta doa kepada penulis selama proses pembuatan skripsi.
3. Ibu Nadia Nila Sari, SE., MBA. selaku dosen pembimbing yang senantiasa meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas perhatian dan kesabaran ibu dalam menghadapi pribadi penulis.
4. Semua teman dan saudara yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga segala bantuan yang diberikan kepada penulis mendapatkan berkat berlipat dari Tuhan.

Yogyakarta, 4 Juli 2023

Yang menyatakan



Graciela Priska Wonte

## **MOTTO**

Amsal 23:18

Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang



## DAFTAR ISI

|                                 |      |
|---------------------------------|------|
| HALAMAN PERSETUJUAN .....       | i    |
| HALAMAN PENGESAHAN.....         | ii   |
| HALAMAN PERNYATAAN.....         | iii  |
| KATA PENGANTAR.....             | iv   |
| MOTTO .....                     | v    |
| DAFTAR ISI .....                | vi   |
| DAFTAR TABEL .....              | viii |
| DAFTAR GAMBAR .....             | ix   |
| DAFTAR LAMPIRAN.....            | x    |
| ABSTRAK.....                    | xi   |
| <br>                            |      |
| BAB I.....                      | 1    |
| PENDAHULUAN.....                | 1    |
| 1.1 Latar Belakang.....         | 1    |
| 1.2 Rumusan Penelitian.....     | 7    |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....      | 8    |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....    | 8    |
| 1.5 Sistematika Penulisan ..... | 9    |
| <br>                            |      |
| BAB II .....                    | 11   |
| TINJAUAN PUSTAKA .....          | 11   |
| 2.1 Landasan Teori .....        | 11   |
| 2.1.1 Nilai Pembelian .....     | 11   |
| 2.1.2 Kualitas Produk .....     | 15   |
| 2.1.3 Kualitas Pelayanan.....   | 17   |
| 2.1.4 Harga .....               | 19   |
| 2.1.5 Lingkungan Gerai.....     | 21   |
| 2.2 Penelitian Terdahulu.....   | 24   |
| 2.3 Kerangka Penelitian.....    | 34   |

|                                                                |               |
|----------------------------------------------------------------|---------------|
| <b>BAB III.....</b>                                            | <b>35</b>     |
| <b>METODE PENELITIAN.....</b>                                  | <b>35</b>     |
| 3.1 Jenis Penelitian.....                                      | 35            |
| 3.2 Obyek Tempat Waktu Penelitian .....                        | 35            |
| 3.3 Populasi Sampel dan Pengambilan Sampel .....               | 36            |
| 3.4 Definisi Operasional .....                                 | 37            |
| 3.5 Metode Pengumpulan Data.....                               | 40            |
| 3.6 Metode Pengukuran Data .....                               | 40            |
| 3.7 Metode Pengujian Instrumen .....                           | 41            |
| 3.8 Metode Analisis Data.....                                  | 46            |
| <br><b>BAB IV .....</b>                                        | <br><b>50</b> |
| <b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>                      | <b>50</b>     |
| 4.1 Deskripsi Profil Karakteristik Responden .....             | 50            |
| 4.2 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Penelitian ..... | 52            |
| 4.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....                      | 57            |
| 4.4 Pembahasan .....                                           | 60            |
| <br><b>BAB V .....</b>                                         | <br><b>63</b> |
| <b>PENUTUP .....</b>                                           | <b>63</b>     |
| 5.1 Kesimpulan .....                                           | 63            |
| 5.2 Implikasi Manajerial.....                                  | 64            |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian.....                               | 65            |
| 5.4 Saran .....                                                | 66            |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                     | <b>67</b>     |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                           | <b>73</b>     |

## DAFTAR TABEL

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| Table 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                        | 26 |
| Table 2.2 Kerangka Penelitian.....                                          | 34 |
| Table 3.1 Definisi Oprasional.....                                          | 37 |
| Table 3.2 Scoring Jawaban Responden.....                                    | 41 |
| Table 3.3 Hasil Uji Validitas .....                                         | 43 |
| Table 3.4 Hasil Uji Reliabilitas .....                                      | 45 |
| Table 3.5 Pembagian Interval .....                                          | 47 |
| Table 4.1 Jenis Kelamin.....                                                | 51 |
| Table 4.2 Usia Responden .....                                              | 51 |
| Table 4.3 Pekerjaan .....                                                   | 52 |
| Table 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Produk.....    | 53 |
| Table 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Pelayanan..... | 54 |
| Table 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Pada Harga.....                       | 54 |
| Table 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Lingkungan Gerai .....  | 55 |
| Table 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Niat Pembelian.....     | 56 |
| Table 4.9 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....                  | 57 |

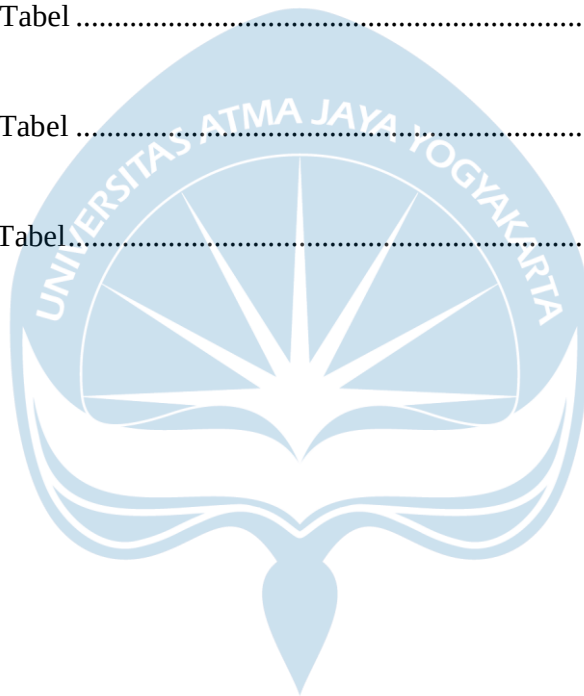
## DAFTAR GAMBAR

|                                                   |   |
|---------------------------------------------------|---|
| Gambar 1.1 Logo Boba Hey Trix .....               | 3 |
| Gambar 1.2 Gerai Boba Hey Trix Tampak Dalam ..... | 4 |
| Gambar 1.3 Gerai Hey Trix Tampak Luar .....       | 5 |
| Gambar 1.4 Daftar Menu dan Harga Hey Trix .....   | 6 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| Lampiran 1. Kuesioner.....            | 73 |
| Lampiran 2. Data Kuesioner.....       | 75 |
| Lampiran 3. Hasil Olah Data SPSS..... | 82 |
| Lampiran 4. R Tabel .....             | 89 |
| Lampiran 5. T Tabel .....             | 90 |
| Lampiran 6. F Tabel.....              | 91 |



## ABSTRAK

Produk minuman boba Hey Trix merupakan salah satu produk minuman yang sedang trend di Kota Kotamobagu, Sulawesi Utara berupaya meningkatkan niat beli konsumen untuk mempertahankan kenaikan penjualan Boba HeyTrix sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh langsung kepuasan konsumen dari variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan lingkungan gerai terhadap niat pembelian.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Sampel penelitian ditentukan dengan metode *purposive sampling* dan data diperoleh melalui kuesioner dengan jumlah 120 sampel.

Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis karakteristik responden, dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan, harga, dan lingkungan gerai berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian produk Hey Trix, sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap niat pembelian produk Hey Trix.

**Kata Kunci :** kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, lingkungan gerai, niat pembelian