

**PENGARUH HARGA, DESAIN KEMASAN, *STORE ATMOSPHERE*
(SUASANA TOKO), TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
KEDAI BEBEK PRAKOSO 25 KOTA METRO**

SKRIPSI



OLEH :

**MADE SURYANTI
NPM. 16610207**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2020**



**PENGARUH HARGA, DESAIN KEMASAN, *STORE ATMOSPHERE*
(SUASANA TOKO), TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
KEDAI BEBEK PRAKOSO 25 KOTA METRO**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Ekonomi**

OLEH :

MADE SURYANTI

NPM. 16610207

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2020**

ABSTRAK

MADE SURYANTI, 2020. “Pengaruh Harga, Desain Kemasan, *Store Atmosphere* (Suasana Toko), Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kedai Bebek Prakoso 25 Kota Metro”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) H. Suryadi, S.E., M.M. Pembimbing (2) Nani Septiana, S.E., M.M.

Dalam kegiatan bisnis di era globalisasi ini, perkembangan teknologi sangat diperlukan untuk memperluas jaringan usaha. Tingkat persaingan yang cukup ketat membuat para pelaku usaha lebih berinovasi dalam melakukan kegiatan pemasaran untuk produk maupun jasanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, desain Kemasan dan *store Atmosphere* (Suasana Toko) terhadap minat beli pada Kedai Bebek Prakoso 25 Kota Metro.

Jenis penelitian ini adalah analisis data kuantitatif dan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif untuk mengumpulkan data di lapangan dengan mengambil sampel dari suatu populasi sebanyak 96 responden pada seluruh konsumen yang membeli produk bebek prakoso 25. Uji persyaratan analisis menggunakan uji normalitas, uji linieritas dan uji homogenitas. Pengujian model analisis menggunakan model regresi berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan koefisien determinasi (R^2). Dan menggunakan uji hipotesis statistik. Berdasarkan hasil penelitian dengan analisis regresi linier berganda dengan uji t diperoleh harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Kedai Bebek Prakoso 25 Kota Metro, sedangkan desain Kemasan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli, dan *store atmosphere* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli pada Kedai Bebek Prakoso 25 Kota Metro. Dari uji F diperoleh harga, desain Kemasan dan *store atmosphere* secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada Kedai Bebek Prakoso 25 Kota Metro.

Kata Kunci : Harga, Desain Kemasan Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Pada Kedai Bebek Prakoso 25 Kota Metro.

ABSTRACT

SURYANTI MADE, 2020. "The Influence of Price, Product Design, Store Atmosphere, Against Consumer Purchase Interest in the Metro Bebek Prakoso 25 City Metro". Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Metro. Supervisor (1) H. Suryadi, S.E., M.M. Advisor (2) Nani Septiana, S.E., M.M.

Business activities in this globalization era, technological developments are needed to expand business networks. The level of competition is quite fierce to make business people more innovative in conducting marketing activities for products and services. This study aims to determine the effect of price, product design and store atmosphere on the buying interest in Metro Bebek Prakoso 25 Metro City.

This type of research is quantitative data analysis and in this study uses descriptive analysis method to collect data in the field by taking a sample of a population of 96 respondents to all consumers who buy prakoso 25 duck products. The requirements analysis test uses normality test, linearity test and test homogeneity. Testing the analysis model using multiple regression models, partial test (t test), simultaneous test (F test), and coefficient of determination (R²). And use a statistical hypothesis test. Based on the results of research with multiple linear regression analysis with the t test obtained prices have a positive and significant effect on consumer buying interest in Metro City's Bebek Prakoso 25, while product design has a negative and significant effect on buying interest, and store atmosphere has a negative and no significant effect on interest Buy it at Kedai Bebek Prakoso 25 Metro City. From the F test obtained prices, product design and store atmosphere simultaneously there is a positive and significant effect on buying interest in Metro City Bebek Prakoso 25.

Keywords: Price, Product Design and Store Atmosphere on Purchase Intention at the Bebek Prakoso Store in 25 Metro Cities.

RINGKASAN

PENGARUH HARGA, DESAIN KEMASAN, *STORE ATMOSPHERE* (SUASANA TOKO), TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA KEDAI BEBEK PRAKOSO 25 KOTA METRO

A. Pendahuluan

Keberhasilan suatu usaha juga dapat ditentukan oleh seberapa keberhasilan kegiatan pemasaran dari produk atau jasa yang dihasilkan. Penerapan konsep pemasaran yang tepat sangat diperlukan agar dapat menentukan strategi pasar dan strategi pemasaran yang mengarah pada sasaran yang ingin dicapai perusahaan, dalam penelitian ini perusahaan memiliki tujuan untuk meningkatnya minat beli konsumen terhadap produk yang dijual.

Bebek Prakoso 25 Kota Metro adalah salah satu bisnis di kota metro yang bergerak dibidang kuliner atau makanan yaitu dengan produk olahan bebek bacem khas olahan jogja sebagai produk utama. Usaha ini pertama dibangun pada janurari 2015, dalam perjalanan awal kemunculan bisnis ini, pemilik usaha hanya menjual produk dengan home industri tanpa memiliki tempat jualan, kemudian pada bulan april usaha ini mempunyai sebuah bangunan sederhana seluas 4x5 m² dengan jumlah 4 meja lesehan yang dapat digunakan konsumen untuk menikmati makanannya. Produk makanan yang dijual oleh kedai bebek prakoso 25 adalah bebek bacem yang ditawarkan konsumen dengan harga Rp 25.000 /porsi, harga yang ditawarkan kepada konsumen hanya dilakukan dengan pertimbangan sederhana dan tradisional yang dilakukan oleh pemilik usaha.

Ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam memilih suatu tempat yang menjual makanan. Salah satu faktor yang diharapkan oleh konsumen adalah harga yang sesuai, faktor kenyamanan, dimana konsumen dapat merasakan suasana yang tenang, santai dan nyaman saat berkunjung ke suatu tempat yang menjual makanan.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan masukan berupa informasi sebagai bahan dalam kegiatan evaluasi instansi guna untuk meningkatkan pemasaran kedai bebek prakoso 25kota metro.

B. Kajian Literatur

Menurut Donni Juni Priansa (2017:4) manajemen pemasaran adalah ilmu dan seni dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pengaktualisasian, serta pengendalian dalam rangka menyampaikan produk dan nilai-nilai yang terkandung didalamnya dari pihak produsen ke konsumen.

Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler & Armstrong, 2012:493).

Kotler dan Armstrong (2014:254) desain Kemasan adalah konsep yang lebih besar dari pada gaya. Gaya hanya menggambarkan penampilan produk. Gaya bisa menarik atau membosankan. Gaya yang sensasional bisa menarik perhatian dan menghasilkan estetika yang indah, tetapi gaya tersebut tidak benar-benar membuat kinerja produk menjadi lebih baik. Tidak seperti gaya, desain tidak hanya sekedar kulit luar, desain adalah jantung produk”.

Menurut gilbert (2013:129) “*store atmosphere* menjelaskan bahwa store atmosphere merupakan kombinasi dari pesan secara fisik yang telah direncanakan. suasana toko dapat digambarkan sebagai perubahan terhadap perencanaan lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan pembelian”.

C. Metode Penelitian

Proses pengujian dilakukan dengan metode kuantitatif dan dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antar variabel dengan bantuan SPSS 16.

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen (X) terdiri dari :

X₁ : Harga

X₂ : Desain Kemasan

X₃ : *Store Atmosphere*

Sedangkan variabel dependen di penelitian ini yaitu (Y) Minat Beli.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang membeli produk bebek prakoso 25 kota metro. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 96 responden yang diambil menggunakan teknik *randoom sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dan kuesioner yang setiap pertanyaan dalam kuesioner diberikan bobot 1 sampai 5 dengan skala likert.

D. Analisis Data

Setelah data penelitian sudah terkumpul, data tersebut diolah menggunakan Uji Regresi Linier Berganda. Dari hasil pengujian tersebut didapatkan hasil koefisien regresinya sebesar :

$$Y = -2,974 + 1,1147X_1 + -0,083X_2 + -0,028 e$$

Dalam pengujian hipotesis penelitian menggunakan Uji t dan Uji F, untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

1. Uji Partial (Uji T)

Dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara individu berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y), dilihat pada tabel berikut ini :

Variabel Bebas	Variabel Terikat	t hitung	t table	Sig.	Alpha	Hipotesis
X ₁		10.660	1,984	0,000	0,05	Ha diterima
X ₂	Y	-2.437	1,984	0,017	0,05	Ho diterima
X ₃		-0.261	1,984	0,795	0,05	Ho diterima

Sumber: Data primer yang diolah 2020

2. Uji Simultan (Uji F)

Dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y) dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Variabel Bebas	Variabel Terikat	F hitung	F table	Sig.	Alpha	Hipotesis
X ₁ , X ₂ , X ₃	Y	468,526	2,70	0,000	0,05	Ha diterima

Sumber: Data primer yang diolah 2020

E. Kesimpulan

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa:

1. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada bebek prakoso 25 kota metro.
2. Variabel desain Kemasan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada bebek prakoso 25 kota metro.
3. Variabel *store atmosphere* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli konsumen bebek prakoso 25 kota metro.
4. Variabel harga, desain Kemasan dan *store atmosphere* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada bebek prakoso 25 kota metro.

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, DESAIN KEMASAN, STORE ATMOSPHERE
(SUASANA TOKO), TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA KEDAI
BEBEK PRAKOSO 25 KOTA METRO**

**Made Suryanti
NPM. 16610207**

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus Pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 26 Juni 2020
Tempat Ujian : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi
Tim Penguji :

**H. Suryadi, S.E., M.M.
NIDN. 0229115901**

Penguji I

**Nani Septiana, S.E., M.M.
NIDN. 0220098901**

Penguji II

**Ratmono, S.E., M.M.
NIDN. 0220076001**

Penguji Utama

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi**

**Dr. Suharto, S.E., M.M.
NIDN. 0228035801**

HALAMAN PENGESAHAN

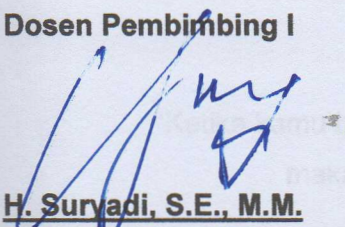
SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, DESAIN KEMASAN, *STORE ATMOSPHERE*
(SUASANA TOKO), TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA KEDAI
BEBEK PRAKOSO 25 KOTA METRO**

**MADE SURYANTI
NPM. 16610207**

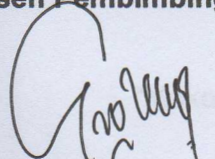
Telah Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I



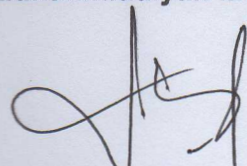
H. Suryadi, S.E., M.M.
NIDN. 0229115901

Dosen Pembimbing II



Nani Septiana, S.E., M.M.
NIDN. 0220098901

**Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Metro**



Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

MOTTO

*“Watch your thoughts for they become your words,
Watch your word for they become your actions,
Watch your actions for they become your habits,
Watch your habits for they become your character,
Watch your character for they become your destiny,
What we think, we become.”*

(Margaret Thatcher)

“Ketika kamu bisa memberi kebahagiaan untuk orang lain,
maka dirimu akan jauh lebih bahagia.”

(Made Suryanti)

“Maka nikmat Tuhan manakah yang kamu dustakan?”

(Q.S. Ar-Rahman: 13)

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa . Yang mana telah memberikan mukjizat, anugrah dan kemudahan, kelancaran dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Ayahanda (Ketut Sarja) dan ibunda (Ningsih) yang senantiasa kusayangi dan kucintai yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepadaku serta memotivasi dalam penyusunan skripsi.
2. Kakakku tersayang Made Agus Bawono, Alm Nyoman Suwangi, Ketut Gunawan, Ketut Bambang, Putu Adi Candra dan kakak iparku Nyoman Nila yang telah memberiku dukungan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
3. Keponakanku tersayang dek putu Sinta Margareta dan dek Made Arya Febian yang telah memberiku semangat dalam penyusunan skripsi ini.
4. Untuk sahabat-sabatku yang kusayangi (Ayu Safitri, Ella Asri, Natalia, Mus, Noni, Elda) yang selalu memberiku semangat dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini
5. Teruntuk teman-teman angkatanku yang selalu membantu, berbagi keceriaan dan melewati setiap suka dan duka selama kuliah, terima kasih banyak
6. Dan Almamaterku Universitas MuhammadiyahMetro yang telah membimbing, mendidik dan mendewasakan dalam berfikir

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat limpahan Rahmat dan karunia sehingga saya dapat menyusun Skripsi dengan judul **“Perangruh Harga, Desain Kemasan, *Store Atmosphere* (Suasana Toko), Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kedai Bebek Prakoso 25 Kota Metro”**.

Penyusunan Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi di Universitas Muhammadiyah Metro. Dalam menyelesaikan Skripsi ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd., Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. Dr. Suharto, S.E., M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Ratmono, S.E., M.M., Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
4. H. Febryanto, S.E., M.M., Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro
5. H. Suryadi, S.E., M.M., dosen pembimbing proposal.
6. Bapak dan ibu dosen serta staf Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah banyak memberikan bekal pengetahuan, pikiran, waktu, tenaga dan pengamalan selama penulis mengikuti perkuliahan, sehingga selesainya penulisan proposal ini.
7. Semua pihak yang telah ikut banyak membantu dalam pembuatan proposal ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Skripsi ini merupakan wujud maksimal yang dilakukan penulis. Oleh karena itu tak ada kesempurnaan di balik kekurangan, saran dan kritik dibutuhkan dalam perbaikan Skripsi ini. Sehingga apa yang dihapkan dalam laporan ini dapat tercapai dengan sebaik baiknya.

Metro, April 2020

Made Suryanti

NPM. 16610207

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Made Suryanti

NPM : 16610207

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH HARGA, DESAIN KEMASAN, *STORE ATMOSPHERE* (SUASANA TOKO), TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA KEDAI BEBEK PRAKOSO 25 KOTA METRO”** adalah benar hasil dari karya saya sendiri dan bukan hasil plagiat dari karya orang lain, yang merupakan salah satu syarat dalam penyelesaian program S-1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Metro.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur plagiat dalam isi skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik Sarjana Manajemen dan akan mempertanggungjawabkan secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro,
Yang membuat pernyataan,



Made Suryanti
NPM. 16610207



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO

DAFTAR ISI

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)

Nomor: 1083/II.3.AU/F/UPI-UK/2020

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : MADE SURYANTI
NPM : 16610207
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul :

PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK SUASANA TOKO TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KEDAI BEBEK PRAKOSO 25 KOTA METRO

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase kesamaan $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 22 April 2020

Kepala Unit,



Swaditya Rizki, S.Si., M.Sc.
NIDN. 0224018703

Jl. Dewantara No.116
Metro, Kec. Metro Timur Kota
Metro, Lampung, Indonesia

www.upimmetro.ac.id
upimmetro@gmail.com

DAFTAR ISI

HALAMAN Sampul	i
HALAMAN Logo	ii
HALAMAN Judul.....	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
RINGKASAN	vi
HALAMAN Persetujuan Penguji.....	x
HALAMAN Pengesahan Pembimbing.....	xi
MOTTO	xii
PERSEMBAHAN.....	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
PERNYATAAN Orisinalitas Skripsi	xvi
URAT Keterangan Uji Kesamaan (<i>SIMILARITY CHECK</i>).....	xvii
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR Tabel	xxii
DAFTAR Gambar.....	xxiv
DAFTAR Lampiran	xxv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	8
E. Ruang Lingkup Penelitian	8
BAB II KAJIAN LITERATUR	
A. Deskripsi Teori.....	9
1. Manajemen Pemasaran	9
a. Pengertian Manajemen pemasaran.....	10
2. Harga	12
a. Pengertian harga.....	12
b. Tujuan Penetapan Harga	13

c.	Strategi Penetapan harga.....	14
d.	Indikator Harga.....	16
3.	Desain Kemasan.....	18
a.	Pengertian Desain Kemasan.....	19
b.	Maksud dan Tujuan Desain Kemasan.....	19
c.	Aspek Desain Kemasan.....	20
d.	Strategi Desain Kemasan.....	21
e.	Indikator- indikator Desain Kemasan.....	22
4.	<i>Store Atmosphere</i>	23
a.	Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	24
b.	Faktor <i>Store Atmosphere</i>	24
c.	Elemen <i>Store Atmosphere</i>	25
d.	Indikator <i>Store Atmosphere</i>	27
5.	Minat Beli Konsumen.....	27
a.	Pengertian Minat Beli.....	28
b.	Faktor Mempengaruhi Minat Beli.....	28
c.	Indikator Minat Beli Konsumen.....	31
B.	Hasil Penelitian Relevansi.....	32
C.	Kerangka Pemikiran.....	35
D.	Hipotesis Penelitian.....	37

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Jenis Penelitian.....	40
B.	Objek dan Lokasi Penelitian.....	41
C.	Metode Penelitian.....	41
1.	Operasional Variabel.....	42
a.	Definisi Konseptual.....	42
b.	Definisi Operasional.....	43
2.	Populasi dan Sampel.....	45
a.	Populasi.....	45
b.	Sampel.....	45
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	46
1.	Penelitian Pustaka.....	46
2.	Penelitian Lapangan.....	46

a.	Dokumentasi	46
b.	Wawancara	46
c.	Kuisisioner	46
d.	Observasi	46
E.	Teknik Analisis Data.....	48
1.	Pengujian Persyaratan Instrumen	48
a.	Uji Validitas	48
b.	Uji Realibilitas.....	49
2.	Pengujian Persyaratan Analisis	49
a.	Uji Normalitas	49
b.	Uji Linieritas.....	50
c.	Uji Homogenitas	50
d.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
3.	Pengujian Hipotesis	51
a.	Uji Parsial (uji-t).....	51
b.	Uji Simultasn (Uji-f).....	52
c.	Koefisien Determinasi (R^2)	53
4.	Hipotesis Statistik.....	54

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
1.	Sejarah Berdirinya Kedai Bebek Prakoso 25	56
2.	Struktur Organisasi Kedai Bebek Prakso 25.....	57
3.	Tugas Tupoksi Kedai Bebek Prakoso 25.....	57
B.	Hasil Penelitian	59
1.	Pengujian Persyaratan Analisis	59
a.	Pengujian Normalitas	60
1).	Pengujian Variabel Harga.....	61
2).	Pengujian Variabel Desain Kemasan.....	62
3).	Pengujian Variabel Store Atmosphere	62
4).	Pengujian Variabel Minat Beli	63
b.	Pengujian Linieritas	63
c.	Pengujian Homogenitas	65
2.	Diskripsi Data Hasil Kuisisioner	67

a.	Distribusi Frekuensi Harga	67
b.	Distribusi Frekuensi Desain Kemasan	68
c.	Distribusi Frekuensi Store Atmosphere	70
d.	Distribusi Frekuensi Minat Beli	71
3.	Pengujian Model Analisis	72
a.	Analisis Linier Regresion Berganda.....	72
b.	Pengujian Perial (Uji T).....	74
c.	Pengujian Simultan (Uji F).....	76
d.	R ² Determinasi	77
e.	Hipotesis Statistik.....	78
C.	Pembahasan.....	81
1.	Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan Harga Terhadap Minat beli Konsumen.....	81
2.	Terdapat Pengaruh Negatif dan Signifikan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen	81
3.	Terdapat Pengaruh Negatif dan Tidak Signifikan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen	82
4.	Terdapat Pengaruh Positif Dan Signifikan Harga, Desain Kemasan Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen.....	83
 BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		
A.	Kesimpulan	84
B.	Saran	85
 DAFTAR LITERATUR		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Omset Penjualan Bebek Prakoso 25 Kota Metro 2015-2018.....	6
Tabel 2 Penelitian yang relevan.....	33
Tabel 3 Kisi-Kisi Kuisisioner	44
Tabel 4 Jawaban dan Kriteria Kuisisioner.....	47
Tabel 5 Hasil Uji Normalitas.....	58
Tabel 6 Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel 7 Anova Linieritas X1	62
Tabel 8 Anova Linieritas X2	62
Tabel 9 Anova Linieritas X3	63
Tabel 10 Hasil Uji Homogenitas X1.....	64
Tabel 11 Hasil Uji Homogenitas X2.....	64
Tabel 12 Hasil Uji Homogenitas X3.....	64
Tabel 13 Distribusi Skor Harga	65
Tabel 14 Distribusi Skor Desain Kemasan	67
Tabel 15 Distribusi Skor Store Atmosphere	68
Tabel 16 Distribusi Skor Minat Beli Konsumen	69
Tabel 17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	71
Tabel 18 Hasil Uji T	73
Tabel 19 Hasil Uji F	74
Tabel 20 Hasil Uji R ² Determinasi.....	75
Tabel 21 Hasil Pengujian Pengaruh Positif dan Signifikan Harga Terhadap Variabel Minat Beli Konsumen.....	77
Tabel 22 Hasil Pengujian Pengaruh Negatif dan Signifikan Desain Kemasan Terhadap Variabel Minat Beli Konsumen.....	77

Tabel 23 Hasil Pengaruh Negatif dan Tidak Signifikan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Variabel Minat Beli Konsumen	78
Tabel 24 Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	137
Tabel 25 Hasil Uji Validitas Variabel Desain Kemasan	139
Tabel 26 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Store Atmosphere</i>	141
Tabel 27 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Konsumen	143
Tabel 28 Hasil Uji Reliabilitas.....	145

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tampilan Usaha Bebek Prakoso 25 Kota Metro	3
Gambar 2 Skema Kerangka Pikiran.....	37
Gambar 3 Struktur Organisasi Kedai Bebek Prakoso 25Kota Metro	55
Gambar 4 Diagram P Plot Harga	59
Gambar 5 Diagram P Plot Desain Kemasan	60
Gambar 6 Diagram P Plot Store Atmosphere	60
Gambar 7 Diagram P Plot Minat Beli	61
Gambar 8 Histogram Skor Variabel Harga.....	66
Gambar 9 Histogram Skor Variabel Desain Kemasan	67
Gambar 10 Histogram Skor Variabel Store Atmosphere	69
Gambar 11 Histogram Skor Variabel Minat Beli Konsumen	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	85
Lampiran 2 Tabulasi Skor Jawaban Kuesioner	98
Lampiran 3 Tabulasi Skor Jawaban yang Valid	116
Lampiran 4 Data Mentah Skor Jawaban Kuisisioner	134
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	137
Lampiran 6 Uji Normalitas.....	147
Lampiran 7 Hasil Uji Linieritas.....	148
Lampiran 8 Perhitungan Homogenitas.....	151
Lampiran 9 Perhitungan Regresi Linier Berganda.....	152
Lampiran 10 Perhitungan Uji Partial (Uji T).....	154
Lampiran 11 Perhitungan Uji Simultan (Uji F)	155
Lampiran 12 Perhitungan R ² Determinasi	156
Lampiran 13 Penentuan Tabel Distribusi Frekuensi Skor.....	157