

**PENGARUH *CAFÉ ATMOSPHERE*, KUALITAS PELAYANAN,
DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
D'ANGKRINGAN SRAGEN**

SKRIPSI

Disusun untuk meraih gelar S-1 Program Studi Teknik Industri
Fakultas Sains, Teknologi, dan Kesehatan
Universitas Sahid Surakarta



Disusun Oleh:

OKTAVIAN HENDRATHA MADJID PRAYATNA

NIM. 2021051013

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS SAINS,
TEKNOLOGI, DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN PENGARUH *CAFÉ ATMOSPHERE*, KUALITAS PELAYANAN, DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA D'ANGKRINGAN SRAGEN

Disusun Oleh:

OKTAVIAN HENDRATHA MADJID PRAYATNA
NIM. 2021051013

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan dewan penguji
Pada hari Kamis, Tanggal 14 Agustus 2025

PEMBIMBING I

Anita Oktaviana Trisna Devi, S.T., M.T.

NIDN. 0619108802

PEMBIMBING II

Erna Indriastiningsih, S.T., M.T.

NIDN. 0616057702

Mengetahui,

Kepala Program Studi Teknik Industri

Anita Oktaviana Trisna Devi, S.T., M.T.

NIDN. 0619108802

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN PENGARUH *CAFÉ ATMOSPHERE*, KUALITAS PELAYANAN, DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA D'ANGKRINGAN SRAGEN

Disusun Oleh:

OKTAVIAN HENDRATHA MADJID PRAYATNA
NIM. 2021051013

Skripsi ini telah diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Program Studi Teknik
Industri Industri Fakultas Sains, Teknologi, dan Kesehatan Universitas Sahid
Surakarta

Pada hari Rabu Tanggal 20 Agustus 2025

Dewan Penguji:

Penguji I: Anita Oktaviana Trisna Devi, S.T., M.T.

NIDN. 0619108802

Penguji II: Erna Indriastiningsih, S.T., M.T.

NIDN. 0616057702

Penguji III: Yunita Primasanti, S.T., M.T.

NIDN. 0627058101

()
()
()

Mengetahui,

Kepala Program Studi
Teknik Industri


Anita Oktaviana T.D., S.T., M.T.

NIDN. 0619108802

Dekan Fakultas
Sains, Teknologi, dan Kesehatan



apt. Ahwan S.Farm., M.Sc.
NIDN. 0626088401

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahim

Atas berkah rahmat dan hidayah Allah SWT penulis mampu menyelesaikan tahapan tahapan yang tidak mudah dalam menulis dan menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh *Café Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada D’Angkringan Sragen”.

Penyusunan skripsi ini terdapat berbagai pihak yang ikut andil memberikan saran, bantuan, dorongan, motivasi, serta bimbingan. Oleh karena itu dengan segenap hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Sri Huning Anwariningsih, S.T., M.Kom, selaku Rektor Universitas Sahid Surakarta.
2. Bapak apt. Ahwan, S.Farm., M.Sc., selaku Dekan Fakultas Sains, Teknologi dan Kesehatan Universitas Sahid Surakarta.
3. Ibu Anita Oktaviana Trisna Devi, S.T., M.T., selaku Kepala Program Studi Teknik Industri Universitas Sahid Surakarta serta dosen pembimbing I yang telah memberikan pengarahan dan dukungan selama penulisan skripsi ini.
4. Ibu Erna Indriastiningsih, S.T., M.T., selaku dosen pembimbing II yang telah membantu dan memberi pengarahan dari awal hingga skripsi ini selesai.
5. Bapak dan Ibu dosen program studi Teknik Industri yang telah memberikan ilmu dan wawasan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Sahid Surakarta.
6. Seluruh teman-teman Teknik Industri angkatan 2021 yang telah menemani menempuh studi selama ini.
7. Ayah Sunarno dan Ibu Sri Setyowati, orang tua saya tercinta dan terhormat, yang telah memberikan do’a dan dukungan disetiap langkahku..
8. Fadhilah, teman terkasihku dan tersayang, yang telah membantu dan memberi dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini sampai selesai.

MOTTO

“Ilmu adalah cahaya yang tidak pernah padam”

- Imam Al-Maturidi

“Berhasil atau belajar”

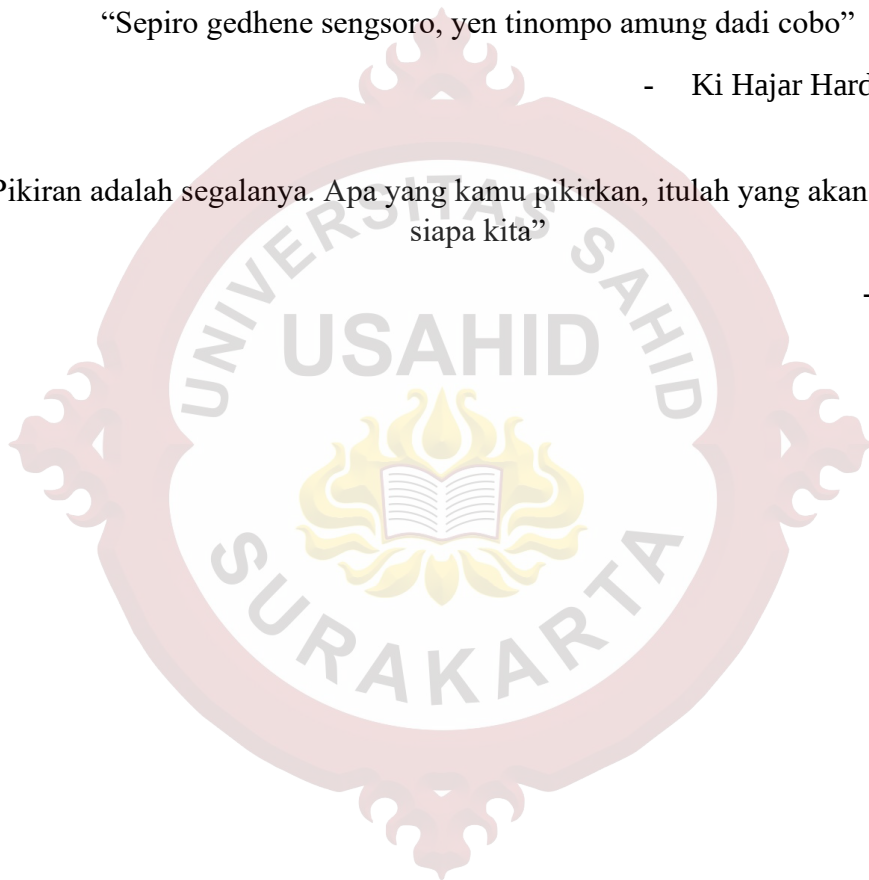
- Oktavian Hendratha Madjid Prayatna

“Sepiro gedhene sengsoro, yen tinompo amung dadi cobo”

- Ki Hajar Hardjo Oetomo

“Pikiran adalah segalanya. Apa yang kamu pikirkan, itulah yang akan menjadi siapa kita”

- Buddha



PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan penghormatan, skripsi ini menjadi simbol perjalanan studi akademis sekaligus perjuangan belajar dan meraih gelar sarjana, saya mempersembahkan skripsi ini kepada:

Ayahanda tercinta, Sunarno, yang telah memberikan kasih sayang, pengorbanan, dan dukungan yang tiada henti dalam setiap langkah hidup saya. Setiap doa dan nasehat dari Ayah selalu menjadi sumber semangat yang tiada tara bagi saya untuk terus berjuang dan mencapai tujuan. Ayah adalah sumber inspirasi ataupun role model bagi saya. Terimakasih Ayah.

Ibunda yang saya cintai, Sri Setyowati, yang selalu menjadi sumber kekuatan, dan do'a. Terima kasih atas cinta, perhatian, dan dukungan yang selalu diberikan, baik dalam suka maupun duka. Ibu adalah pelindung dalam hidup saya. Saudariku, Maharani Salsa Nabila yang selalu menjadi tempat berbagi tawa.

Keluarga besar saya, yang senantiasa memberikan dukungan disetiap langkah saya. Kehadiran kalian selalu menguatkan saya untuk tidak menyerah, dan selalu mengingatkan saya bahwa kebahagiaan kita adalah kebahagiaan bersama.

Fadhilah tersayang, soft heart and strong mind, yang telah memberikan cinta, dukungan, dan kesabaran yang luar biasa sepanjang proses penulisan skripsi ini.

Terima kasih telah selalu berada di sisi saya, memberikan semangat, serta menjadi teman sejati yang menemani saya dalam setiap langkah kehidupan ini. Kehadiranmu adalah kekuatan terbesarku untuk terus maju, dan kita akan terus berjalan menuju masa depan yang kita inginkan. Terimakasih telah menjadi bagian terpenting dalam perjalanan hidupku.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya Mahasiswa Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains, Teknologi Dan Kesehatan Universitas Sahid Surakarta, Yang Bertandatangan Di Bawah Ini:

Nama : Oktavian Hendratha Madjid Prayatna

NIM : 2021051013

Menyatakan Dengan Sesungguhnya Bahwa Tugas Akhir/Skripsi Dengan Judul: **“Pengaruh *Café Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada D’angkring Sragen”** adalah benar – benar karya saya sendiri, bukanlah jiplakan atau karya milik orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukakn tindakan menyalin atau meniru tulisan/karya orang lain seolah – olah pikiran saya sendiri, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan akademik di Fakultas Sains, Teknologi Dan Kesehatan Universitas Sahid Surakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya.

Surakarta, 20 Agustus 2025

Oktavian Henc
(NIM. 2021051013)



LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas Akademik Universitas Sahid Surakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Oktavian Hendratha Madjid

Prayatna

NIM : 2021051013

Program Studi : Teknik Industri

Jenis Karya : Skripsi

Demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada

Universitas Sahid Surakarta hak bebas royalti noneksklusif (*Non-exclusive royalty Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul: Pengaruh *Café Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada D'angkring Sragen. Beserta instrument/desain, Perangkat (jika ada). Berhak menyimpan, mengalihkan bentuk, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat serta mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis (*author*) dan pembimbing sebagai (*co author*) atau pencipta dan juga sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya secara sadar tanpa paksaan dari pihak manapun

Surakarta, 20 Agustus 2025

Oktavian Hendi
(NIM. 20201051013)

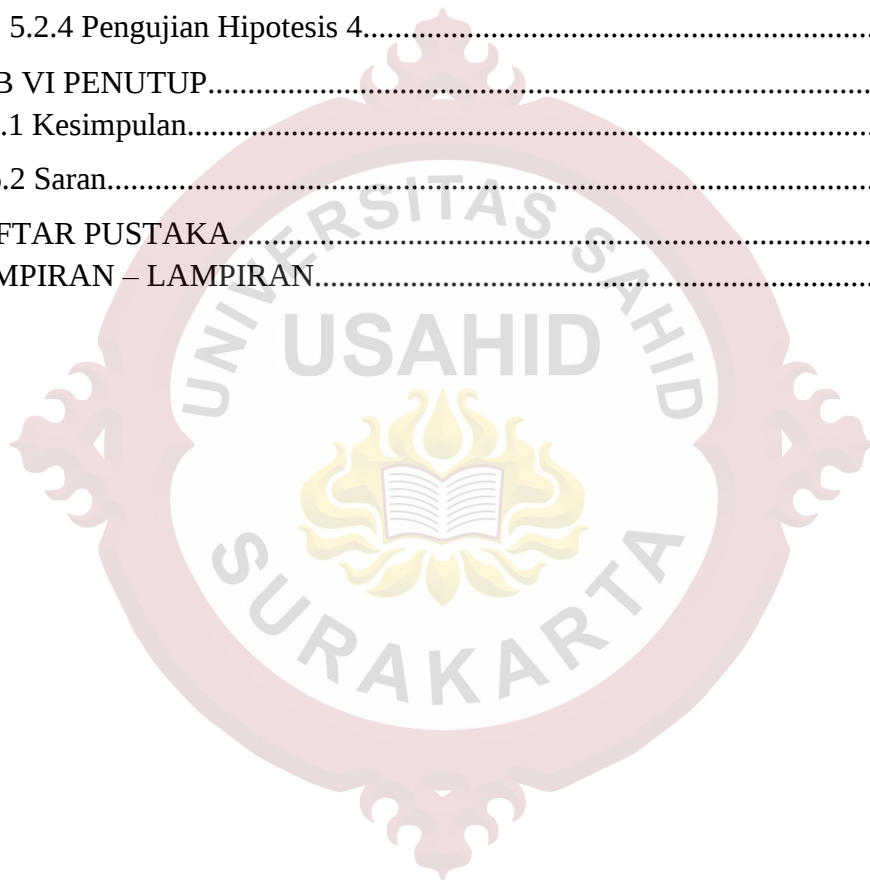


DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	3
1.4.2 Manfaat Praktis.....	3
1.5 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Pengertian <i>Café Atmosphere</i>	5
2.2 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	6
2.3 Pengertian Iklan.....	7
2.4 Pengertian Keputusan Pembelian.....	8
2.5 Metode Regresi Liner Berganda.....	9
2.6 Analisis Statistik Deskriptif.....	10
2.7 Teknik Analisis Data.....	10
2.7.1 Uji Validitas.....	10
2.7.2 Uji Reliabilitas.....	11
2.8 Asumsi Klasik	11
2.8.1 Uji Normalitas	11
2.8.2 Uji Heterokedastisitas.....	12
2.8.3 Uji Multikolinearitas.....	12
2.9 Uji Hipotesis.....	13

2.9.1 Uji Parsial (Uji T).....	13
2.9.2 Uji Simultan (Uji F).....	13
2.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	14
2.10 Penelitian Terdahulu.....	15
2.11 Kerangka Pemikiran.....	20
2.12 Hipotesis Penelitian.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Diagram Alir Penelitian.....	23
3.2 Alur Penelitian.....	24
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5 Populasi dan Sampel	29
3.6 Pengolahan Data.....	30
3.6.1 Uji Validitas.....	30
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	31
3.6.3 Regresi Linear Berganda	31
3.7 Analisis dan Interpretasi Hasil	32
3.8 Kesimpulan dan Saran.....	32
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	33
4.1 Gambaran Umum Responden	33
4.1.1 Responden Berdasarkan Usia.....	33
4.1.2 Responden Berdasarkan Kelamin.....	34
4.1.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	34
4.1.4 Responden Berdasarkan Domisili.....	35
4.2 Pengolahan Data.....	35
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	35
4.2.3 Uji Reliabilitas.....	42
4.2.4 Asumsi Klasik.....	43
4.2.5 Uji Regresi Linier Berganda.....	45
BAB V ANALISIS DAN INTERPRETASI HASIL.....	50
5.1 Interpretasi Hasil	50
5.1.1 Pengaruh <i>Café Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	50
5.1.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	50

5.1.3 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.....	50
5.1.4 Pengaruh <i>Café Atmosphere</i> , Kualitas Pelayanan, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	51
5.2 Pengujian Hipotesis Dan Pembahasan Hasil Penelitian.....	51
5.2.1 Pengujian Hipotesis 1.....	51
5.2.2 Pengujian Hipotesis 2.....	52
5.2.3 Pengujian Hipotesis 3.....	53
5.2.4 Pengujian Hipotesis 4.....	54
BAB VI PENUTUP.....	55
6.1 Kesimpulan.....	55
6.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	62



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Dasar Interpretasi Skor Indikator dalam Variabel Penelitian	10
Tabel 2. 2 State of Art.....	15
Tabel 3. 1 Alternatif Jawaban Skala Likert.....	27
Tabel 3. 2 Indikator Pengukuran Variabel Kuisisioner.....	27
Tabel 3. 1 Alternatif Jawaban Skala Likert.....	27
Tabel 3. 2 Indikator Pengukuran Variabel Kuisisioner.....	27
Tabel 4. 1 Usia Responden	33
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden.....	34
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden.....	34
Tabel 4. 4 Domisili Responden.....	35
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif.....	36
Tabel 4. 6 Kuesioner Variabel Café Atmosphere.....	37
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas X1.....	38
Tabel 4. 8 Kuisisioner Variabel Kualitas Pelayanan.....	38
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas X2.....	39
Tabel 4. 10 Kuisisioner Variabel Iklan.....	40
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas X3.....	40
Tabel 4. 12 Kuisisioner Variabel Keputusan Pembelian.....	41
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Y.....	42
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas.....	43
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	44
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	45
Tabel 4. 19 Hasil Uji T.....	46
Tabel 4. 20 Hasil Uji F.....	48
Tabel 4. 21 Hasil Uji R-Square.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	21
Gambar 3. 1 Diagram Alur Penelitian	23



ABSTRAK

Latar belakang masalah menunjukkan stagnasi omset dan jumlah pengunjung D'Angkringan, serta adanya ulasan negatif terkait kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Café Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian pada D'Angkringan Sragen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner dari 100 responden konsumen D'Angkringan Sragen yang dipilih menggunakan teknik *simple random sampling*. Analisis data dilakukan dengan Regresi Linear Berganda menggunakan perangkat lunak IBM SPSS 25, yang didahului dengan uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik (normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, *Café Atmosphere* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan koefisien regresi 0.878 (Sig. 0.000), menjadikannya faktor paling dominan. Kualitas Pelayanan (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan koefisien regresi 6.603 (Sig. 0.000). Namun, Iklan (X3) ditemukan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan koefisien regresi -0.150 (Sig. 0.615). Meskipun demikian, secara simultan, *Café Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, dan Iklan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) (Sig. Fhitung 0.000). Kemampuan ketiga variabel independen ini dalam menjelaskan variasi keputusan pembelian adalah 92.5%, sementara 7.5% sisanya dipengaruhi oleh variabel di luar model penelitian. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *Café Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan adalah faktor kunci yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen D'Angkringan Sragen, sementara iklan memerlukan evaluasi ulang efektivitasnya.

Kata Kunci: *Café Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, Iklan, Keputusan Pembelian, Regresi Linear Berganda.

ABSTRACT

The background of the problem indicates stagnant turnover and visitor numbers at D'Angkringan, as well as negative reviews regarding service quality. This study aims to analyze the influence of Café Atmosphere, Service Quality, and Advertising on Purchasing Decisions at D'Angkringan Sragen. This study used a quantitative approach with a survey method. Data were collected through questionnaires from 100 D'Angkringan Sragen consumer respondents using a simple random sampling technique. Data analysis used Multiple Linear Regression using IBM SPSS 25 software, preceded by validity and reliability tests, and classical assumption tests (normality, heteroscedasticity, multicollinearity).

The results show that, partially, Café Atmosphere (X1) had a positive and significant effect on Purchasing Decisions (Y) with a regression coefficient of 0.878 (Sig. 0.000), and making it the most dominant factor. Service Quality (X2) also had a positive and significant effect on Purchasing Decisions (Y) with a regression coefficient of 6.603 (Sig. 0.000). However, advertising (X3) did not significantly influence purchasing decisions (Y) with a regression coefficient of -0.150 (Sig. 0.615). However, simultaneously, cafe atmosphere, service quality, and advertising had a positive and significant influence on purchasing decisions (Y) (Sig. F-count 0.000). The ability of these three independent variables to explain the variation in purchasing decisions was 92.5%, while variables outside the research model influenced the remaining 7.5%. This study concludes that cafe atmosphere and service quality are key factors influencing consumer purchasing decisions at D'Angkringan Sragen, while advertising's effectiveness requires re-evaluation. Keywords: Cafe Atmosphere, Service Quality, Advertising, Purchasing Decisions

