



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

**ANALISIS PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
KEDAI KOPI X**

**SKRIPSI
SALHA
1515.1111.853**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN

JAKARTA

2019



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

**ANALISIS PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
KEDAI KOPI X**

**SKRIPSI
SALHA
1515.1111.853**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT
MENYELESAIKAN SARJANA EKONOMI STRATA SATU
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
JAKARTA
2019**

STIE JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Jakarta, 20 Agustus 2019



NIM 1515.1111.853

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : SALHA
NIM : 1515.1111.853
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Store Atmosphere* dan Harga
terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Kopi X

Jakarta, 20 Agustus 2019

Pembimbing Utama


(Zurlina Lubis, SE, MM)

Pembimbing Pendamping


(Isthi Wahyuning Tyas, SE, M, AK)

Mengetahui,

Puket 1 Bidang Akademik STIE JIC


STIE JIC
(Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM)

STIE JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE

PANITIA UJIAN SKRIPSI STRATA SATU

Ujian Skripsi diselenggarakan : 23 Agustus 2019

TIM PENGUJI

Nama		Tanda Tangan
Ketua	: <u>Drs. H. Arjuna Wiradha MM</u>	
Anggota	: 1. <u>Drs. H. Arjuna Wiradha MM</u>	
	2. <u>Drs. Nimrod Aptix M. Comm</u>	
	3. <u>Dr. Mulyono Yusuf MM</u>	
	4. <u>ZURLINA LUBIS SE MM</u>	

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Adapun judul Skripsi yang di ambil adalah “**Analisis Pengaruh Store Atmosphere dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Kopi X**”.

Tujuan dari penulisan Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus ditempuh mahasiswa/i guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) program studi Manajemen konsentrasi Marketing pada Sekolah Tinggi Ilmu Jakarta International College.

Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terimakasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberi bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati :

1. Bapak Dr. Ir. Agus Susanto, MM. Selaku Ketua STIE Jakarta International College.
2. Bapak Drs. H. Arjuna, MM selaku PUKET I dan PLT Program Studi Manajemen STIE Jakarta International College yang telah membantu memberikan arahan terhadap penyusunan skripsi ini.

3. Ibu Zurlina Lubis, SE. MM selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah bersedia mencurahkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan arahan serta bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Isthi Wahyuning Tyas, SE.M.Ak selaku pembimbing pendamping yang telah bersedia memberikan dukungan, arahan dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen STIE Jakarta International College beserta staff yang telah membantu, membimbing, dan mendidik penulis selama perkuliahan maupun saat penulisan skripsi ini.
6. Skripsi ini juga dipersembahkan kepada yang teristimewa kedua orang tua yang sangat penulis cintai dan sayangi yaitu Bapak Fauzi dan Ibu Siti Aisyah, yang mendoakan , memberikan semangat, nasihat, dukungan dan pengorbanan lahir sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi untuk memperoleh gelar Sarjana.
7. Pihak Kedai Kopi X yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian guna memenuhi syarat Skripsi sebagai Tugas Akhir Sarjana Ekonomi.
8. Teman-teman Satu angkatan STIE JIC.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah banyak membantu penulis dengan memberikan doa dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam dalam penulisan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, Oleh karena itu penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, Agustus 2019



(Salha)

STIE JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Salha

Nim : 1515.1111.853

Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : Skripsi

Dalam rangka memberi kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan menyetujui untuk memberikan kepada STIE Jakarta International College Hak Bebas Royalti Non Eksklusif atas skripsi saya yang berjudul :

**ANALISIS PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KEDAI KOPI X**

beserta seluruh perangkat dan lampiran yang ada (jika memang diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, STIE Jakarta International College berhak untuk menyimpan, mengelola, merubah format dalam bentuk *database*, merawat serta mempublikasikan skripsi saya dengan mencantumkan nama saya sebagai penulis dan pemilik Hak Cipta.

Jakarta, 20 Agustus 2019



1515.1111.853

ABSTRAK

Salha, 1515.1111.853, **Analisis Pengaruh *Store Atmosphere* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Kopi X**. 98 Halaman, 52 tabel, 7 gambar, Jakarta 2019.

Penelitian ini membahas tentang masalah pengaruh *store atmosphere* dan harga terhadap keputusan pembelian pada Kedai KopiX. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *store atmosphere* dan harga Terhadap keputusan pembelian pada Kedai KopiX. Penelitian ini dilakukan pada Kedai KopiX, waktu penelitian dilakukan dari bulan Mei hingga Juli 2019. Penelitian ini menggunakan metode kepustakaan dan metode lapangan.

Hasil penelitian menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan dari variabel *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian karena dari hasil uji T dimana $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ ($0,427 < 1,67155$), dan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel harga terhadap keputusan pembelian dimana $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($19,037 > 1,67155$). Dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian dari hasil uji koefisien determinasi (KD) besarnya pengaruh 0,3 % dan terdapat pengaruh yang kuat dari variabel harga terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh 86,2 %.

Daftar Acuan : 2 Buku, 10 Jurnal, 15 sumber internet, Pembimbing Zurlina Lubis, dan Isthi Wahyuning Tyas

Kata kunci : *store atmosphere*, harga, keputusan pembelian

ABSTRACT

Salha, 1515,1111,853, ***Analysis of the Effect of Store Atmosphere and Prices on Purchasing Decisions in Kedai Kopi X***. 98 pages, 52 tables, 7 pictures, Jakarta 2019.

This study discusses the issue of the influence of store atmosphere and prices on purchasing decisions at the Kedai Kopi X Branch. The purpose of this study was to determine how much influence store atmosphere and prices on purchasing decisions on Kedai Kopi X. The research was conducted at the Kedai Kopi X Branch, when the research was conducted from May to July 2019. This research uses the literature method and field method.

The results showed no significant effect of store atmosphere variables on purchasing decisions because of the T test results where $t_{\text{arithmetic}} < t_{\text{table}}$ ($0.427 < 1.67155$), and there was a significant influence of price variables on purchasing decisions where $t_{\text{arithmetic}} > t_{\text{table}}$ ($19.037 > 1.67155$). It can be concluded that there is no significant influence between store atmosphere variables on purchasing decisions from the results of the coefficient of determination (KD) test the magnitude of the influence of 0,3% and there is a strong influence of the price variable on purchasing decision has an influence of 86.2%.

Reference List: 2 Books, 10 Journals, 15 internet sources, Advisors Zurlina Lubis, and Isthi Wahyuning Tyas,

Keywords: store atmosphere, price, purchase decision

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR ORISINILITAS SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR PUBLIKASI SKRIPSI	viii
ABSTRAKSI.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Pembatasan Masalah	6
D. Perumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI,PENELITIAN TERDAHULU KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teoritis	9
B. Penelitian Terdahulu	24

C.	Kerangka Pemikiran.....	26
D.	Hipotesis	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A.	Lokasi dan Waktu Penelitian	28
B.	Metode Penelitian	28
C.	Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	29
D.	Jenis dan Sumber Data.....	30
E.	Definisi Operasional Variabel.....	30
F.	Teknik Analisis Data.....	32

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A.	Sejarah Singkat Perusahaan	47
B.	Struktur Organisasi	49
C.	Kegiatan Usaha	52
D.	Gambaran Keberhasilan.....	52

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Deskripsi Umum Responden Penelitian	54
B.	Deskripsi Hasil Penelitian.....	56
C.	Pengujian Hipotesis (*).....	71
D.	Pembahasan Hasil Penelitian	91

BAB VI KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

A.	Kesimpulan	95
B.	Keterbatasan	95
C.	Saran	96

DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 Daftar Nama Menu.....	4
Tabel 1.2 Daftar Harga.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas <i>Store Atmosphere</i>	34
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Harga	34
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	35
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas <i>Store Atmosphere</i>	36
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Harga	36
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	36
Tabel 3.6 Interval Koefisien Korelasi	43
Tabel 5.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 5.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 5.3 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	55
Tabel 5.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 5.5 <i>Frequency</i> Responden untuk Pernyataan 1 variabel X1	56
Tabel 5.6 <i>Frequency</i> Responden untuk Pernyataan 2 variabel X1	57
Tabel 5.7 <i>Frequency</i> Responden untuk Pernyataan 3 variabel X1	58
Tabel 5.8 <i>Frequency</i> Responden untuk Pernyataan 4 variabel X1	58
Tabel 5.9 <i>Frequency</i> Responden untuk Pernyataan 5 variabel X1	59
Tabel 5.10 <i>Frequency</i> Responden untuk Pernyataan 6 variabel X1	60
Tabel 5.11 <i>Frequency</i> Responden untuk Pernyataan 7 variabel X1	60

Tabel 5.12 <i>Frequency</i> Responden untuk Pernyataan 8 variabel X1	61
Tabel 5.13 <i>Frequency</i> Responden untuk Pernyataan 1 variabel X2	62
Tabel 5.14 <i>Frequency</i> Responden untuk Pernyataan 2 variabel X2	62
Tabel 5.15 <i>Frequency</i> Responden untuk Pernyataan 3 variabel X2	63
Tabel 5.16 <i>Frequency</i> Responden untuk Pernyataan 4 variabel X2	63
Tabel 5.17 <i>Frequency</i> Responden untuk Pernyataan 5 variabel X2	64
Tabel 5.18 <i>Frequency</i> Responden untuk Pernyataan 6 variabel X2	65
Tabel 5.19 <i>Frequency</i> Responden untuk Pernyataan 7 variabel X2	65
Tabel 5.20 <i>Frequency</i> Responden untuk Pernyataan 8 variabel X2	66
Tabel 5.21 <i>Frequency</i> Responden untuk Pernyataan 1 variabel Y	67
Tabel 5.22 <i>Frequency</i> Responden untuk Pernyataan 2 variabel Y	68
Tabel 5.23 <i>Frequency</i> Responden untuk Pernyataan 3 variabel Y	68
Tabel 5.24 <i>Frequency</i> Responden untuk Pernyataan 4 variabel Y	69
Tabel 5.25 <i>Frequency</i> Responden untuk Pernyataan 5 variabel Y	70
Tabel 5.26 <i>Frequency</i> Responden untuk Pernyataan 6 variabel Y	70
Tabel 5.27 <i>Frequency</i> Responden untuk Pernyataan 7 variabel Y	71
Tabel 5.28 <i>Frequency</i> Responden untuk Pernyataan 8 variabel Y	71
Tabel 5.29 Hasil Uji Kolmogorof.....	74
Tabel 5.30 Hasil Uji Multikolonieritas	75
Tabel 5.31 Hasil Uji Linear Regresi Sederhana <i>Store Atmosphere</i>	76
Tabel 5.32 Hasil Uji Linear Regresi Sederhana Harga	79
Tabel 5.33 Hasil Uji Linear Regresi Berganda	81
Tabel 5.34 Uji Koefisien Korelasi Parsial <i>Store Atmosphere</i>	82

Tabel 5.35 Uji Koefisien Korelasi Parsial Harga	83
Tabel 5.36 Uji Koefisien Korelasi Berganda	83
Tabel 5.37 Uji Koefisien Determinasi <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	84
Tabel 5.38 Uji Koefisien Determinasi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	85
Tabel 5.39 Uji Koefisien Determinasi <i>Store Atmosphere</i> dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	85
Tabel 5.40 Uji Statistik T <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	86
Tabel 5.41 Uji Statistik T Harga Terhadap Keputusan Pembelian	89
Tabel 5.42 Uji Statistik F <i>Store Atmosphere</i> dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	90

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 5.1 Hasil Uji Normalitas Histogram	73
Gambar 5.2 Hasil Uji P-plot Histogram	73
Gambar 5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	76
Gambar 5.4 Grafik Regresi Linear Sederhana <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	78
Gambar 5.5 Grafik Regresi Linear Sederhana Harga Terhadap Keputusan Pembelian	78
Gambar 5.6 Grafik Uji Statistik T <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	87
Gambar 5.7 Grafik Uji Statistik T Harga Terhadap Keputusan Pembelian	89