

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, PROMOSI, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
SUPERMARKET GIANT CABANG DIPONEGORO SURABAYA**

SKIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Disusun Oleh :

VINKA OCTA RATNASARI

NPM : 14420044

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2018

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : VINKA OCTA RATNASARI
NPM : 14420044
Alamat : KENDUNG INDAH GG.2 / NO.44
Program Studi : MANAJEMEN
Fakultas : EKONOMI

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**“PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, PROMOSI, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
SUPERMARKET GIANT CABANG DIPONEGORO SURABAYA”**

Adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 02 Juli 2018

Yang membuat pernyataan,



(Vinka Octa Ratnasari)

NPM : 14420044

SKRIPSI

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, PROMOSI, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
SUPERMARKET GIANT CABANG DIPONEGORO SURABAYA**

Diajukan Oleh :

VINKA OCTA RATNASARI

NPM : 14420044

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING



Drs. Ec. REDY EKO HS., MM.

Tanggal, 2-7-2018

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. SITI DJAMILAH, SE., M.Si.

Tanggal, 4-7-2018

SKRIPSI
PENGARUH STORE ATMOSPHERE, PROMOSI, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
SUPERMARKET GIANT CABANG DIPONEGORO SURABAYA

Dipersiapkan dan disusun Oleh :

VINKA OCTA RATNASARI

NPM :14420044

Susunan Dewan Penguji

Sekretaris / Pembimbing Utama



Drs. Ec. Redy Eko HS., MM

Ketua Dewan Penguji



Atty Erdiana, SE., M.Ak.

Anggota Dewan Penguji



Maqbula Arochman, SE., M.Ak.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal.....19 Juli 2018.....



Dr. SITI DJAMILAH, SE., M.Si

Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat, taufik dan hidayah-Nya, penyusunan skripsi ini sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang berjudul **“PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, PROMOSI, KUALITAS PELAYAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SUPERMARKET GIANT CABANG DIPONEGORO SURABAYA”** dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati, mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Prof. H. Sri Hamadji, dr. Sp. THT-KL (K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs.Ec Iman Karyadi, MM.,Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. SitiDjamilah,SE,M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah membantu penulisan dalam penyusunan skripsi ini.

4. Bapak Drs.Ec. Redy Eko HS., MM selaku Dosen Pembimbing, yang telah bersedia menyampaikan dan meluangkan waktu serta dengan penuh kesabaran membantu penulis dalam mengarahkan, membimbing, serta memberikan saran yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Drs, Ec Gimanto Gunawan MM, M.AK. selaku Dosen wali, terima kasih selama ini membimbing saat perkuliahan.
6. Semua dosen Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya terimakasih atas kesabaran yang telah diberikan.
7. Khususnya kepada Orangtua tercinta, Ibu Sri Yuliani dan Bapak Bandi Siswanto tercinta, dan adik saya Dhani yang telah menjadi keluarga hebat yang telah mendukung dalam bentuk moril maupun materil dan mendoakan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Kepada Tri Indra Wijaya yang sudah memberikan semangat kepada saya agar cepat menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada sahabat-sahabat saya Eto, Erik, Arman, Dani, Ardian, Rama, Heru, dan Dimas yang sudah menjadi sahabat terbaik saya selama 11 tahun ini.
10. Kepada teman perempuan saya Putri, Ocy, Trias, Laudy, Iga dan Dwi yang sudah sangat sabar selama menjadi teman saya.
11. Dan semua pihak yang bersangkutan yang penulis tidak bisa menyebutkan satu persatu terimakasih atas dukungan dan penyelesaian skripsi ini.

Demikian kata pengantar ini sebagai pembuka dari skripsi ini dan saran yang membangun selalu terbuka lebar untuk kesempurnaan dalam penulisan.

Surabaya, 01 Juli 2018

Vinka Octa Ratnasari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAKSI.....	xv
ABSTRACTION.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi.....	5
BAB II. TELAAH PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	7
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2.2. <i>Store Atmosphere</i>	8
2.2.1. Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	8
2.2.2. Elemen <i>Store Atmosphere</i>	9
2.3. Promosi.....	10
2.3.1. Pengertian Promosi.....	10
2.3.2. Indikator Promosi.....	11
2.4. Kualitas Pelayanan.....	12
2.4.1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	12
2.4.2. Indikator Kualitas Pelayanan.....	13

2.5. Keputusan Pembelian	14
2.5.1. Pengertian Keputusan Pembelian	14
2.5.2. Indikator Keputusan Pembelian.....	15
2.5.3. Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	15
2.5.4. Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	17
2.6. Hubungan Antar Konsep	19
2.6.1. Hubungan <i>Store Atmosphere</i> dengan Keputusan Pembelian	19
2.6.2. Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian.....	20
2.6.3. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian	20
2.7. Penelitian Sebelumnya	21
2.7.1. Suhandri (2016)	21
2.7.2. Tri Wahyu Setia Indah (2014)	22
2.8. Hipotesis dan Model Analisis	24
2.8.1. Hipotesis	24
2.8.2. Model Analisis	25
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1. Pendekatan Penelitian	26
3.2. Populasi dan Sampel	26
3.2.1. Populasi.....	26
3.2.2. Sampel.....	27
3.3. Identifikasi Variabel.....	28
3.4. Definisi Operasional Variabel	28
3.4.1. Variabel Independen (Variabel Bebas)	29
3.4.2. Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	30
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	31
3.5.1. Jenis Data.....	31
3.5.1. Sumber Data	31
3.6. Prosedur Pengumpulan Data	32
3.7. Teknik Analisa Data.....	33
3.7.1.Uji Validitas	33
3.7.1.Uji Reliabilitas	33

3.7.2. Analisa Regresi Linier Berganda	33
3.8. Uji Hipotesis	35
2.8.1. Uji Hipotesis Pertama (Uji F)	35
2.8.2. Uji Hipotesis Kedua (Uji T).....	36
2.8.2. Uji Hipotesis Ketiga (Analisa Uji Dominan).....	38
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	39
4.1.1. Sejarah Perusahaan	39
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	40
4.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan	41
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian	45
4.2.1. Deskripsi Identitas Responden	45
4.3. Deskripsi Mengenai Variabel Penelitian.....	48
4.3.1. Penilaian Atas Masing-Masing Variabel	48
4.3.2. Deskripsi Mengenai Variabel <i>Store Atmosphere</i>	49
4.3.3. Deskripsi Mengenai Variabel Promosi	49
4.3.4. Deskripsi Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan	50
4.3.5. Deskripsi Mengenai Variabel Keputusan Pembelian	51
4.4. Analisis Data	51
4.4.1. Uji Instrumen	51
4.4.1.1. Hasil Pengujian Validitas	51
4.4.1.2. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	53
4.5. Uji Model	54
4.5.1. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	54
4.5.2. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Berganda.....	56
4.6. Hasil Pengujian Hipotesis	56
4.6.1. Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	56
4.6.2. Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	58
4.6.3. Hasil Pengujian Secara Hipotesis 3	60
4.7. Pembahasan.....	61

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	64
5.2. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Perbedaan dan Persamaan Penelitian Sebelumnya	23
Tabel 4.1. Data Identitas Responden Mengenai Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.2. Data Identitas Mengenai Usia	46
Tabel 4.3. Data Identitas Responden Mengenai Jenis Pekerjaan.....	47
Tabel 4.4. Data Identitas Responden Mengenai Penghasilan per Bulan.....	47
Tabel 4.5. Kategori Mean Masing – Masing Variabel.....	48
Tabel 4.6. Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X_1)...	49
Tabel 4.7. Jawaban Responden Mengenai Variabel Promosi (X_2)	49
Tabel 4.8. Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)	50
Tabel 4.9. Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y)	50
Table 4.01. Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X_1).....	52
Tabel 4.11. Hasil Pengujian Validitas Variabel Promosi (X_2).....	52
Tabel 4.12. Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)	53
Tabel 4.13. Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	53
Tabel 4.14. Hasil Pengujian Reliabilitas	54
Tabel 4.15. Hasil Analisis Uji F.....	57
Tabel 4.16. Hasil Analisi Uji t	58
Tabel 4.17. Nilai <i>Standardized Coefficients Beta</i>	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model lima tahap proses pembelian	17
Gambar 2.2. Kerangka konseptual	25
Gambar 3.1. Kurva Distribusi F	36
Gambar 3.2. Kurva Distribusi t	38
Gambar 4.1. Struktur Organisasi.....	42
Gambar 4.2. Kurva Distribusi Uji F	57
Gambar 4.3. Kurva Distribusi Uji t Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> (X_1) Terhadap Keputusan pembelian (Y).....	59
Gambar 4.4. Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Promosi (X_2) Terhadap Keputusan pembelian (Y)	59
Gambar 4.5. Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_3) Terhadap Keputusan pembelian (Y).....	60

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : In Put SPSS
- Lampiran 3 : Out Put SPSS
- Lampiran 4 : Tabel F dan Tabel t

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *store atmosphere*, promosi, dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian pada Giant Diponegoro Surabaya. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *store atmosphere*, promosi, dan kualitas pelayanan Sedangkan variabel terikat adalah keputusan pembelian pada Giant Diponegoro Surabaya. Dalam penelitian ini, penentuan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* dengan prosedur *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 96 orang. Uji Hipotesa dengan melakukan analisa regresi linier berganda.

Sebelum dilakukan uji hipotesis dilakukan uji reliabilitas dan validitas. Hasilnya adalah semua variabel valid dan reliabel, hasil uji F menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan signifikansi 0,000. Dengan demikian hipotesis yang pertama menyatakan “*store atmosphere*, promosi, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Giant Diponegoro Surabaya” dapat didukung kebenarannya.

Hasil uji t menunjukkan masing-masing variabel dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis yang kedua yang menyatakan “*store atmosphere*, promosi, dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Giant Diponegoro Surabaya” dapat didukung kebenarannya.

Kata Kunci : *store atmosphere*, promosi, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian

ABSTRACTION

The purpose of this study is to examine the influence of store atmosphere, promotion, and service quality simultaneously and partially to the purchase decision at Giant Diponegoro Surabaya. The independent variable in this research is store atmosphere, promotion, and service quality. While the dependent variable is purchase decision at Giant Diponegoro Surabaya. In this research, the determination of the sample is done by non probability sampling method with purposive sampling procedure. The sample used is 96 people. Test Hypothesis by performing multiple linear regression analysis.

Prior to hypothesis testing conducted reliability and validity test. The result is all valid and reliable variables, F test results show F count $>$ F table with significance 0.000. Thus the first hypothesis states "store atmosphere, promotion, and quality of service simultaneously significant effect on purchasing decisions on Giant Diponegoro Surabaya" can be supported truth.

Result of t test show each variable with significance less than 0,05. Thus the second hypothesis which states "store atmosphere, promotion, and quality of service partially significant effect on purchase decision at Giant Diponegoro Surabaya" can be supported truth.

Keywords: *store atmosphere, promotion, service quality and purchasing decision*