

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN RENEY SWALAYAN-KU SURABAYA)**

SKRIPSI

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

Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

FETY MELISSA FEBRI YANTI

NPM : 17420027

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2021

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fety Melissa Febri Yanti
NPM : 17420027
Alamat : Kalibokor V No. 7C, Surabaya
Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **Pengaruh *Store Atmosphere* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Reny Swalayan-Ku Surabaya**, adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 12 Maret 2021

Yang membuat pernyataan,


The image shows a handwritten signature in black ink over a yellow revenue stamp. The stamp is for 10,000 Rupiah and includes the text 'SEPULUH RIBU RUPIAH', 'METERAI TEMPEL', and the alphanumeric code 'A.28AJX070078073'.

(Fety Melissa Febri Yanti)

NPM : 17420027

SKRIPSI

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Kasus Pada Konsumen Reny Swalayan-Ku Surabaya)

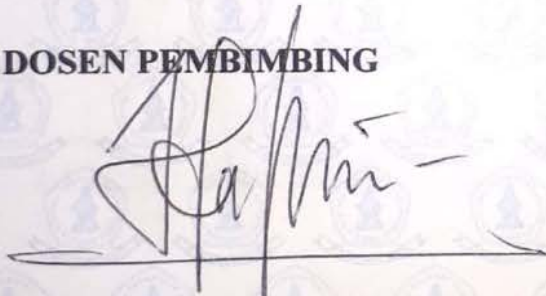
Diajukan Oleh :

FETY MELISSA FEBRI YANTI

NPM : 17420027

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING



Tri Tjahyo Poernomo, SE., MM.

02 - 02 - 2021
.....

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si

02 february 2021
.....

SKRIPSI

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

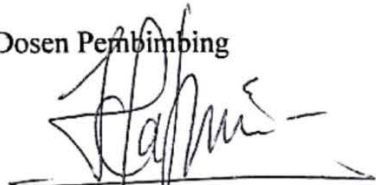
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN RENY SWALAYAN-KU SURABAYA)

Diajukan Oleh :

FETY MELISSA FEBRI YANTI
NPM : 17420027


Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing



Tri Tjahyo Poernomo, SE., MM.

Ketua Dewan Penguji



Dr. Indahwati, SE., M.Si.

Anggota Dewan Penguji



Dr. Kristiningsih, SE., MSi.

**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Tanggal, 02... FEBRUARI 2021**



Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si
Ketua Program Studi Manajemen

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan mengucapkan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Store Atmosphere* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian”** dengan studi kasus konsumen **Reny Swalayan-Ku Surabaya.**

Penyusunan skripsi ini adalah guna untuk melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa didalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Hal ini disebabkan karena masih terbatasnya kemampuan dan pengetahuan yang ada pada penulis, walaupun demikian berkat adanya bimbingan serta petunjuk yang penulis terima dari berbagai pihak maka skripsi ini dapat diselesaikan.

Atas terwujudnya skripsi ini, penulis menyampaikan rasa hormat dan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Sri Harmadji, Sp.THT-KL (K), selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. Ismanto Hadi Santoso, M.S., selaku Dosen Wali Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
5. Bapak Tri Tjahyo Poernomo, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing, penulis mengucapkan terima kasih atas bimbingan, saran, serta petunjuk yang diberikan.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmunya.
7. Karyawan Reny Swalayan-Ku Surabaya yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
8. Konsumen Reny Swalayan-Ku Surabaya yang telah meluangkan waktu dan bersedia untuk membantu mengisi kuesioner penelitian saya.
9. Keluarga saya, terutama orang tua, kakak, maupun saudara saya yang telah mendoakan kelancaran dalam mengerjakan skripsi ini dan merupakan orang yang selalu memberi saya motivasi agar terus maju.
10. Teruntuk teman-temanku Feby Savila dan Dewi Yunita telah membantu mencari informasi dan memberikan semangat maupun dukungan.

11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan moral maupun materi dalam penyusunan skripsi ini.

Menyadari bahwa skripsi ini masih perlu penyempurnaan baik isi maupun bentuk susunannya, maka segala skritik maupun saran yang sifatnya membangun akan penulis terima dengan segala kerendahan hati dan ucapan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surabaya, Desember 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN SUSUAN DEWAN PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAKSI	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penelitian	9

BAB II	TELAAH PUSTAKA	11
2.1	Landasan Teori	11
2.1.1	Pemasaran.....	11
2.1.1.1	Pengertian Pemasaran.....	11
2.1.1.2	Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.1.3	Konsep Pemasaran.....	13
2.1.2	Ritel	13
2.1.2.1	Bauran Ritel.....	14
2.1.3	<i>Store Atmosphere</i>	15
2.1.3.1	Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	15
2.1.3.2	Faktor – Faktor dalam Menciptakan <i>Store Atmosphere</i>	17
2.1.3.3	Indikator <i>Store Atmosphere</i>	19
2.1.4	Harga	21
2.1.4.1	Pengertian Harga	21
2.1.4.2	Tujuan Penetapan Harga	22
2.1.4.3	Indikator Harga	23
2.1.5	Keputusan Pembelian	24

2.1.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian	24
2.1.5.2	Tahap - Tahap Proses Pengambilan Keputusan.....	26
2.1.5.3	Indikator Keputusan Pembelian	29
2.1.6	Hubungan Antar Variabel	30
2.1.6.1	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.1.6.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.1.7	Penelitian Sebelumnya	31
2.1.8	Hipotesis dan Model Analisis	35
2.1.8.1	Hipotesis	35
2.1.8.2	Model Analisis	35
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1	Pendekatan Penelitian	37
3.2	Populasi dan Sampel	38
3.2.1	Populasi	38
3.2.2	Sampel	38
3.3	Identifikasi Variabel	40

3.4 Definisi Operasional	41
3.5 Jenis dan Sumber Data	45
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	46
3.7 Teknik Analisis Data	47
3.7.1 Uji Validitas.....	47
3.7.2 Uji Reliabilitas	48
3.7.3 Uji Hipotesis dengan Analisis Regresi Linier Berganda	48
3.8 Uji Hipotesis	49
3.8.1 Uji F	49
3.8.2 Uji T	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	52
4.2. Hasil Penelitian	53
4.2.1. Deskripsi Identitas responden	53
4.2.1.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54

4.2.1.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	55
4.2.1.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan..	56
4.2.1.4 Identitas Responden Berdasarkan Pengalaman Berkunjung	57
4.2.1.5 Identitas Responden Berdasarkan Volume Berkunjung	58
4.3.1.6 Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran	59
4.3 Deskripsi Mengenai Variabel Penelitian	60
4.3.1 Deskripsi Mengenai Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X1)	61
4.3.2 Deskripsi Mengenai Variabel Harga (X2)	68
4.3.3 Deskripsi Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y)	70
4.4 Analisis Model dan Pengujian Hipotesis	73
4.4.1 Uji Validitas	73
4.4.2 Uji Reliabilitas	75
4.5 Uji Hipotesis dengan Analisis Regresi Linier Berganda	76

4.5.1 Hasil Pengujian Koefisien Regresi Linier Berganda	76
4.5.2 Koefisien Determinasi Berganda R^2	78
4.6 Uji Hipotesis	79
4.6.1 Uji F	79
4.6.2 UjiT	81
4.7 Pembahasan	83
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	86
5.1 Simpulan	86
5.2 Saran	87
5.3 Keterbatasan Penelitian	88

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Store Atmosphere</i> Dan Harga Toko Ritel Modern Di Surabaya	5
Tabel 4.1	Data Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2	Data Identitas Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4.3	Data Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4.4	Data Identitas Responden Berdasarkan Pengalaman Berkunjung ...	57
Tabel 4.5	Data Identitas Responden Berdasarkan Volume Berkunjung	58
Tabel 4.6	Data Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran	59
Tabel 4.7	Kategori Mean Masing-Masing Variabel	61
Tabel 4.8	Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X1)	62
Tabel 4.9	Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga (X2)	68
Tabel 4.10	Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y)	71
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas	74
Tabel 4.12	Hasil Uji Realibilitas	75
Tabel 4.13	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	76

Tabel 4.14	Hasil Analisis Determinasi	78
Tabel 4.15	Hasil Analisis Uji F	79
Tabel 4.16	Hasil Uji T	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Pengambilan Keputusan	26
Gambar 2.2	Model Analisis	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3 Tabulasi Kuesioner

Lampiran 4 Tabel Pengujian Nilai F

Lampiran 5 Tabel Pengujian Nilai T

ABSTRAK

Penelitian ini didasarkan pada fenomena permasalahan ritel modern yang saat ini sedang mengalami persaingan yang ketat, salah satunya yaitu gap Reny Swalayan-Ku Surabaya dengan store atmosphere yang baik dan harga produk yang murah namun memiliki lokasi yang sangat dekat dengan pesaing. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen Reny Swakayan-Ku Surabaya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel *accidental sampling* dengan total sampel sebanyak 100 responden. Populasi yang digunakan adalah seluruh konsumen Reny Swalayan-Ku Surabaya. Sumber data yang digunakan yaitu dengan menyebarkan kuisioner kepada konsumen Reny Swalayan-Ku Surabaya. Analisis data pada penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan menggunakan *SPSS*. Berdasarkan uji statistik diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = 3,046 + 0,177 X_1 + 0,506 X_2$. Seluruh variabel bebas (X) dikatakan memiliki pengaruh positif terhadap variabel terikat (Y).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *store atmosphere* dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Reny Swalayan-Ku Surabaya dengan F_{hitung} sebesar 71.049 dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Reny Swalayan-Ku Surabaya dengan T_{hitung} sebesar 5,175 dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Selain itu juga harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Reny Swalayan-Ku Surabaya dengan T_{hitung} sebesar 7,187 dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Koefisien determinan R square menunjukkan angka 0,594. Hal ini berarti variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel *store atmosphere* dan harga sebesar 59,4% dan kemudian sisanya sebesar 0,406 atau 40,6% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

ABSTRACT

This research is based on the problems of modern retail which are currently experiencing intense competition, one of which is the gap between Reny Swalayan-Ku Surabaya with a good shop atmosphere and cheap product prices but has a very close location to competitors. The purpose of this research is to see the effect of shop atmosphere and price on consumers of Reny Swakayan-Ku Surabaya.

This study uses quantitative research methods and uses non-probability sampling techniques with accidental sampling technique with a total sample of 100 respondents. The population used is all consumers of Reny Swalayan-Ku Surabaya. The data source used was distributing questionnaires to consumers of Reny Swalayan-Ku Surabaya. Data analysis in this study using multiple linear regression and hypothesis testing using SPSS. Based on the statistical test of the equation of multiple linear regression equation $Y = 3.046 + 0.177 X_1 + 0.506 X_2$. All independent variables (X) are said to have a positive effect on the dependent variable (Y).

The results of this study indicate that store atmosphere and price together have a significant effect on purchasing decisions at consumers of Reny Swalayan-Ku Surabaya with F_{hitung} 71.049 and a significant level of $0.000 < 0.05$. The results of this study also indicate that the store atmosphere has a significant effect on purchasing decisions at consumers of Reny Swalayan-Ku Surabaya with a T_{hitung} of 5.175 and a significant level of $0.000 < 0.05$. In addition, price has a significant effect on purchasing decisions for consumers of Reny Swalayan-Ku Surabaya with a T_{hitung} of 7,187 and a significant level of $0.000 < 0.05$. The determinant coefficient of R square shows the number 0.594. This means that the purchasing decision variable by the store atmosphere variable and the price is 59.4% and then the remaining 0.406 or 40.6% is obtained by other variables not included in this study