

**DAMPAK *STORE ATMOSPHERE*, CITRA MEREK, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SOCIOLLA DI SUMMARECON MALL BEKASI**

SKRIPSI

Oleh:

**Riza Amelia
201910325209**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Dampak *Store Atmosphere*, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sociolla di Summarecon Mall Bekasi

Nama Mahasiswa : Riza Amelia

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325209

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Juli 2023

Jakarta, 14 Juli 2023

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I



Andrian, S.E., M.M.
NIDN : 0321077102

Dosen Pembimbing II



Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, S.T., M.M.
NIDN : 0329017202

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Dampak *Store Atmosphere*, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sociolla di Summarecon Mall Bekasi

Nama Mahasiswa : Riza Amelia

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325209

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

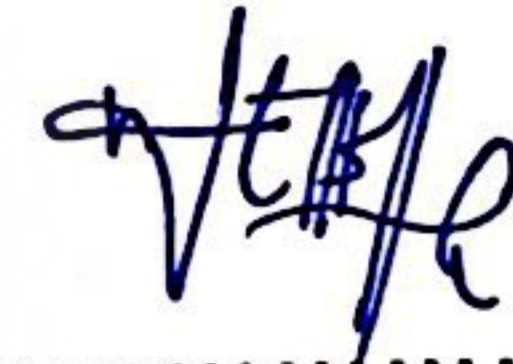
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Juli 2023

Jakarta, 14 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji

: Neng Siti Komariah, S.E., M.M.
NIDN: 0327128105



Sekretaris Tim Penguji

: Haryudi Anas, S.E., M.S.M.
NIDN: 0317117801



Penguji

: Andrian, S.E., M.M.
NIDN: 0321077102



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Hadita, S.Pd., M.M.
NIDN: 0329048302

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA.
NIDN: 0310036407

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Penelitian saya dengan judul “Dampak *Store Atmosphere*, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sociolla di Summarecon Mall Bekasi” adalah hasil karya asli dan orisinal saya sendiri. Saya menyadari bahwa dalam skripsi ini, saya telah menggunakan referensi, sumber informasi, dan kontribusi dari penelitian sebelumnya yang telah diakui secara jelas dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Saya memberikan jaminan bahwa skripsi ini tidak melanggar hak cipta, kekayaan intelektual, atau hak-hak lain dari pihak lain. Apabila ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima konsekuensi dan sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini untuk dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan ijin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 22 Juni 2023

Yang membuat pernyataan,



Riza Amelia

201910325209

ABSTRAK

Riza Amelia, 201910325209. Dampak *Store Atmosphere*, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sociolla di Summarecon Mall Bekasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) dampak *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian Sociolla di Summarecon Mall Bekasi, (2) dampak citra merek terhadap keputusan pembelian Sociolla di Summarecon Mall Bekasi, (3) dampak persepsi harga terhadap keputusan pembelian Sociolla di Summarecon Mall Bekasi. Penelitian ini merupakan penelitian survei. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian di Sociolla Summarecon Mall Bekasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 136 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Sociolla Summarecon Mall Bekasi (t -hitung 4,947 > t -tabel 1,978; signifikansi 0,000 < 0,05), (2) terdapat pengaruh negatif citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada Sociolla Summarecon Mall Bekasi (t -hitung 0,063 < t -tabel 1,978; signifikansi 0,950 > 0,05), (3) terdapat pengaruh positif persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Sociolla Summarecon Mall Bekasi (t -hitung 7,811 > t -tabel 1,978; signifikansi 0,000 < 0,05), dan (4) terdapat pengaruh positif *store atmosphere*, citra merek, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Sociolla Summarecon Mall Bekasi (F hitung 86,020 > F tabel 2,67; signifikansi 0,000 < 0,05).

Kata kunci: *Store Atmosphere*, Citra Merek, Persepsi Harga, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Riza Amelia, 201910325209. *The Impact of Store Atmosphere, Brand Image, and Price Perception on Sociolla Purchasing Decisions at Summarecon Mall Bekasi.* This study aims to find out: (1) the impact of store atmosphere on Sociolla's purchasing decision at Summarecon Mall Bekasi, (2) the impact of brand image on Sociolla's purchase decision at Summarecon Mall Bekasi, (3) the impact of price perception on Sociolla's purchase decision at Summarecon Mall Bekasi. This research is a survey research. The population in this study is all consumers who have made purchases at Sociolla Summarecon Mall Bekasi. The sampling technique uses purposive sampling with a total sample of 136 people. Data collection techniques use questionnaires that have been tested for validity and reliability. The data analysis technique used is multiple regression. The results showed that: (1) there was a positive influence of store atmosphere on consumer purchasing decisions at Sociolla Summarecon Mall Bekasi ($t\text{-count } 4.947 > t\text{-table } 1.978$; significance $0.000 < 0.05$), (2) there was a negative influence of brand image on consumer purchasing decisions at Sociolla Summarecon Mall Bekasi ($t\text{-count } 0.063 < t\text{-table } 1.978$; significance $0.950 > 0.05$), (3) there was a positive influence of price perception on decisions consumer purchases at Sociolla Summarecon Mall Bekasi ($t\text{-count } 7.811 > t\text{-table } 1.978$; significance $0.000 < 0.05$), and (4) there is a positive influence of store atmosphere, brand image, and price perception on consumer purchasing decisions at Sociolla Summarecon Mall Bekasi ($F\text{ count } 86.020 > F\text{ table } 2.67$; significant $0.000 < 0.05$).

Keywords: *Store Atmosphere, Brand Image, Price Perception, and Purchasing Decision*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan yang Maha Esa, atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul "**Dampak Store Atmosphere, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sociolla di Summarecon Mall Bekasi**". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Karsono, Drs., S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Andrian, SE., M.M. Selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Franciscus Dwikotjo SS, S.T., M.M. Selaku dan Dosen Pembimbing II yang telah menyetujui dan membimbing serta memberikan arahan, saran yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

5. Ibu Neng Siti Komariah, S.E., M.M. Selaku Ketua Penguji dan Bapak Haryudi Anas, SE, MSM. Selaku Sekretaris yang telah memberikan arahan, masukan, serta saran untuk perbaikan di skripsi saya.
6. Bapak Dr. Supardi Tahir, S.T., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan masukan selama saya menjadi mahasiswa.
7. Yth Seluruh Bpk/Ibu Dosen Prodi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing dan mengajarkan ilmu-ilmu yang bermanfaat dan berguna.
8. Keluarga tercinta, Bapak Sakimin, Ibu Khoirul Hikmah, dan Adik Muhammad Faiz Rivaldy. Terima kasih atas curah kasih dan sayang serta dorongan doa, nasihat, motivasi, dan pengorbanan materilnya selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
9. Teman-teman seperjuangan selama masa diperkuliahkan: Javan Junior, Desy, Eka, Fatia, Dea, Aulia, Sari, Melati yang telah memberikan atas dukungan dan kebersamaannya yang selalu menghibur disaat susah maupun senang.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Aamiin.

Jakarta, 13 Juli 2023
Penulis

Riza Amelia

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Batasan Masalah.....	9
1.6 Sistematika penelitian	10
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	11
2.1 Telaah Teoritis	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 Bauran Pemasaran	12
2.1.3 Perilaku Konsumen	13
2.1.4 Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	13
2.1.4.1 Indikator Store Atmosphere	14
2.1.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Store Atmosphere</i>	15
2.1.5 Pengertian Citra Merek	16
2.1.5.1 Indikator Citra Merek.....	17
2.1.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek.....	18

2.1.6	Pengertian Persepsi Harga.....	19
2.1.6.1	Indikator Persepsi Harga	19
2.1.6.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Harga	20
2.1.7	Pengertian Keputusan Pembelian.....	21
2.1.7.1	Indikator Keputusan Pembelian	21
2.1.7.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	21
2.2	Telaah Empiris.....	22
2.3	Kerangka Konseptual	26
2.4	Hipotesis Penelitian.....	26
2.4.1	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.4.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.4.3	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.4.4	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> , Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		29
3.1	Desain Penelitian.....	29
3.2	Populasi dan Sampel	29
3.2.1	Populasi	29
3.2.2	Sampel.....	29
3.3	Jenis dan Sumber Data	30
3.4	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	31
3.5	Metode Analisis Data	33
3.5.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	33
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	34
3.5.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	36
3.5.4	Uji Parsial (Uji T).....	36
3.5.5	Uji F Simultan	37
3.5.6	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	Profil Perusahaan.....	39
4.2	Visi dan Misi Sociolla	41

4.3	Sturktur Organisasi Sociolla.....	42
4.4	Sociolla di Summarecon Mall Bekasi	45
4.5.1	Tampilan.....	45
4.5.2	Pembayaran	46
4.5	Identitas Responden	47
4.6.1	Identitas Responden Berdasarkan Usia	47
4.6.2	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.6	Teknik Pengambilan Sampel.....	48
4.7	Pengujian Instrumen Data	49
4.7.1	Uji Validitas.....	49
4.7.2	Uji Reliabilitas.....	51
4.7.3	Uji Normalitas	51
4.7.4	Uji Multikolinieritas.....	52
4.7.5	Uji Heteroskedatisitas	53
4.7.6	Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
4.7.7	Uji Parsial (Uji T).....	56
4.7.8	Uji Simultan (Uji F)	58
4.7.9	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian	59
BAB V PENUTUP.....		64
5.1	Kesimpulan.....	64
5.2	Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....		66
Lampiran		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert.....	31
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	32
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.3 Tabel Hasil Pengujian Validitas.....	50
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas.....	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinieritas.....	53
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Sociolla.....	42
Gambar 4.2 Sociolla Summarecon Mall Bekasi	45
Gambar 4.3 Metode Pembayaran Sociolla.....	46
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Biodata Mahasiswa	
Lampiran II. Uji Plagiarisme	
Lampiran III. Uji Referensi.....	
Lampiran IV. Buku Bimbingan Skripsi.....	
Lampiran V. Kuesioner Penelitian	
Lampiran VI. Rekapitan Hasil Penelitian.....	
Lampiran VII. Hasil Uji SPSS	
Lampiran VIII. Tabel T	
Lampiran IX. Tabel F.....	
Lampiran X. Tabel R.....	

