



UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Harsono RM No. 67 Ragunan Pasar Minggu, Jakarta Selatan

Kampus II : Jl. Raya Perjuangan, Bekasi Utara Telp : 021. 88955882

Website: www.ubharajaya.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: SKET/100/I/2024/FEB-UBJ

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA.
NIP : 2206560
Jabatan : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menerangkan bahwa nama :

1. Nama : Riza Amelia¹
NPM : 201910325209
Jabatan : Mahasiswa Prodi Manajemen
2. Nama : Andrian, S.E., M.M.²
NIDN : 0321077102
Jabatan : Dosen Tetap Prodi Manajemen
3. Nama : Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, S.T., M.M.³
NIDN : 0329017202
Jabatan : Dosen Tetap Prodi Manajemen

Adalah benar sebagai Penulis pada JURNAL ECONOMINA dengan judul "DAMPAK STORE ATMOSPHERE, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SOCIOLLA DI SUMMARECON MALL BEKASI" telah terbit pada Volume 2, Nomor 9, e-ISSN: 2963-1181, September 2023.

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 17 Januari 2024



DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA.

NIP : 2206560

Tembusan:
- Arsip.

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

Riza Amelia¹, Andrian², Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo³

^{1,2,3}Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Corresponding Author: rizaamelia11@gmail.com¹

Article History

Received : 22-08-2023

Revised : 30-08-2023

Accepted : 02-09-2023

ABSTRAK

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; signifikan 0,000 < 0,05).

ABSTRACT

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

Kata Kunci: Citra Merek; Keputusan Pembelian; Persepsi Harga; *Store Atmosphere*

Keywords: Brand Image; Price Perception; Purchasing Decision; *Store Atmosphere*