

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
TOKO THR SHOP TAMBUN**

SKRIPSI

Oleh :

Niken Ari Astuti

201810325200



**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Store Atmosphere* dan Promosi Penjualan
Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko THR
Shop Tambun

Nama Mahasiswa : Niken Ari Astuti

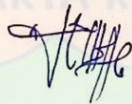
Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325200

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian : 15 Juli 2022

Jakarta, 18 Juli 2022

MENYETUJUI,



Neng Siti Komariah, S.E., M.M

NIDN : 0327128105

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Store Atmosphere dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko THR Shop Tambun

Nama Mahasiswa : Niken Ari Astuti

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325200

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian : 15 Juli 2022

Jakarta, 18 Juli 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Widi Winarso, S.E., M.M

NIDN 0319067606

Penguji I : Haryudi Anas., S.E., M.S.M.

NIDN 0317117801

Penguji II : Neng Siti Komariah., S.E., M.M.

NIDN 0327128105

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

Dr. Hadita, S.Pd., M.M

NIDN : 0329048302

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak

NIDN : 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Pengaruh *Store Atmosphere* dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko THR Shop Tambun ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi izin 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, 18 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Niken Ari Astuti

201810325200

ABSTRAK

Niken Ari Astuti. 201810325200. Pengaruh *Store Atmosphere* dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko THR Shop Tambun.

Saat ini perubahan pola perilaku konsumen menjadi lebih konsumtif dalam memenuhi keinginan dan gaya hidupnya. Beragamnya kebutuhan konsumen dijadikan sebagai batu loncatan THR shop dalam memberikan inovasi yang menarik dalam memenuhi ekspektasi konsumen terhadap pelayanan maupun fasilitas yang akan diberikan. Dengan *store atmosphere* dan promosi penjualan yang baik nantinya berdampak pada tingkat penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji adanya pengaruh *store atmosphere* dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada THR shop Tambun. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan data yang diperoleh melalui kuesioner *Google Form* yang disebarakan kepada 100 responden berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan bertemu cocok sebagai sumber data. Ketentuan sampel menggunakan *accidental sampling*. Penentuan rumus sampel menggunakan rumus Hair. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *store atmosphere* dan promosi penjualan secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko THR shop Tambun.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Promosi Penjualan, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Niken Ari Astuti. 201810325200. *The Effect of Store Atmosphere and Sales Promotion on Purchase Decisions at THR Shop Tambun Stores.*

Currently, changes in consumer behavior patterns are becoming more consumptive in fulfilling their desires and lifestyles. The diversity of consumer needs is used as a stepping stone for THR shops in providing interesting innovations in meeting consumer expectations of the services and facilities that will be provided. With store atmosphere and good sales promotions, it will have an impact on sales levels. This study aims to examine the effect of store atmosphere and sales promotion on purchasing decisions at THR shop Tambun. The population in this study is unknown. The method used is a quantitative method with data obtained through a Google Form distributed to 100 respondents based on anyone who coincidentally meets as a data source. The sample provisions use accidental sampling. Determination of the sample formula using the Hair formula. Hypothesis testing in this study used multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that the variable store atmosphere and sales promotion partially and simultaneously have a significant effect on purchasing decisions at the THR shop Tambun shop.

Keywords: *Store Atmosphere, Sales Promotion, and Buying Decision*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia Nya peneliti dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir atau skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko THR Shop Tambun”**. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat akademik untuk mencapai gelar sarjana ekonomi program studi manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca. Namun, peneliti menyadari tanpa dukungan dan dorongan dari berbagai pihak, maka penulisan tugas akhir ini tidak akan terlaksana dan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, S.E., M.S.Ak. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., MM. Selaku Ketua Progam Studi Manajemen Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak M. Fadhli Nursal, SE., MM Selaku Dosen Perwakilan Akademik Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Ibu Neng Siti Komariah, SE., MM Selaku Dosen Pembimbing Yang Telah Memberikan Berbagai Ilmu, Bimbingan, Doa, Waktu dalam proses penulisan skripsi sehingga skripsi berjalan dengan lancar.
6. Kepada orang tua yang selalu mendoakan, memberi motivasi, dan semangat yang tiada hentinya.

7. Dan teman-teman Ekonomi Manajemen Angkatan 2018 yang berjuang dengan peneliti selama 4 tahun ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satupersatu secara langsung, yang telah memberikan bantuannya kepada peneliti hingga terselesaikannya skripsi ini.
9. Responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dalam pengumpulan data. Dan pihak-pihak yang terlibat baik langsung atau tidak langsung.
10. Akhir kata, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu atas bantuannya dalam hal penyusunan skripsi ini. Semoga kita senantiasa diberkahi oleh Allah SWT.

Jakarta, 12 Juni 2022

Niken Ari Astuti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Masalah.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Keputusan Pembelian	9
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	9
2.1.2 Proses Keputusan Pembelian	10
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	11
2.2 Store Atmosphere	12
2.2.1 Pengertian Store Atmosphere.....	12

2.2.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Store Atmosphere</i> (Suasana Toko)	13
2.2.3	Indikator <i>Store Atmosphere</i> (Suasana Toko)	14
2.3	Promosi Penjualan	15
2.3.1	Pengertian Promosi Penjualan	15
2.3.2	Dimensi-dimensi Promosi Penjualan.....	16
2.3.3	Indikator Promosi Penjualan.....	17
2.4	Penelitian Terdahulu.....	18
2.5	Kerangka Berpikir	21
2.6	Hipotesis	22
2.6.1	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.6.2	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.6.3	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		24
3.1	Desain Penelitian	24
3.2	Tahapan Penelitian	25
3.3	Model Konseptual Penelitian	25
3.4	Operasional Variabel	28
3.5	Waktu Dan Tempat Penelitian	29
3.5.1	Tempat Penelitian	29
3.5.2	Waktu Penelitian.....	29
3.6	Populasi dan Sampel Penelitian	29
3.6.1	Populasi Penelitian.....	29
3.6.2	Sampel Penelitian	29
3.7	Metode Pengumpulan Data	30

3.7.1	Jenis dan Sumber Data.....	30
3.7.2	Kuesioner	30
3.8	Metode Analisis Data	31
3.9	Uji Kualitas Data	32
3.9.1	Uji Validitas	32
3.9.2	Uji Reliabilitas	32
3.10	Uji Asumsi Klasik	32
3.10.1	Uji Normalitas.....	32
3.10.2	Uji Multikolinearitas.....	33
3.10.3	Uji Heterokedastisitas	33
3.11	Uji Hipotesis.....	33
3.11.1	Regresi Linear Berganda	33
3.11.2	Koefisien Determinasi (R ²).....	34
3.11.3	Uji F (Uji Simultan).....	35
3.11.4	Uji T (Uji Parsial)	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		36
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	36
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	36
4.1.2	Profil Perusahaan	37
4.1.3	Logo Perusahaan	38
4.2	Hasil Kuesioner	38
4.2.1	Analisis Deskriptif	38
4.3	Hasil Penelitian.....	45
4.4	Uji Kualitas Data.....	45
4.4.1	Uji Validitas	46
4.4.2	Uji Realibilitas	47

4.5	Uji Asumsi Klasik	49
4.5.1	Uji Normalitas.....	49
4.5.2	Uji Multikolinearitas.....	51
4.5.3	Uji Heterokedastisitas	52
4.6	Uji Hipotesis.....	54
4.6.1	Regeresi Linier Berganda.....	54
4.6.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	56
4.6.3	Uji F	57
4.6.4	Uji T	58
4.7	Pembahasan	59
BAB V		63
5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	Implikasi Manajerial.....	63
DAFTAR PUSTAKA		65

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.2	Operasional Variabel.....	28
Tabel 3.3	Skala Pengukuran.....	31
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Konsumen Yang Telah..... Berbelanja Di THR Shop Store Tambun.....	41
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Dalam..... 3 Bulan Terakhir.....	42
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kosmetik yang paling sering dibeli	43
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk Yang	44
	Tidak Direncanakan Sebelumnya.....	44
Tabel 4.8	Uji Validitas	46
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas Variabel Store Atmosphere (X1)	48
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas Variabel Promosi Penjualan (X2)	48
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	49
Tabel 4.12	Uji Normalitas Residual.....	50
Tabel 4.13	Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.14	Uji Heteroskedastisitas.....	53
Tabel 4.15	Uji Regresi Linier Berganda	55
Tabel 4.16	Uji Koefisien Determinasi	56
Tabel 4.17	Uji F	57
Tabel 4.18	Uji T	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Perkembangan Pasar Industri Kecantikan Di Indonesia.....	3
Gambar 1.2	Pamflet Promosi Penjualan THR Shop	4
Gambar 2.1	Kerangka berpikir.....	21
Gambar 3.1	Model Kerangka Konseptual.....	27
Gambar 4.1	Logo Perusahaan	38
Gambar 4.2	Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Gambar 4.3	Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	40
Gambar 4.4	Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Gambar 4.5	Diagram Responden Berdasarkan Konsumen Yang Telah Berbelanja Di THR Shop Store Tambun	42
Gambar 4.6	Diagram Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Dalam 3	
	Bulan Terakhir	43
Gambar 4.7	Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kosmetik Yang Paling	
	Sering Dibeli	44
Gambar 4.8	Diagram Responden Berdasarkan Pembelian Produk Yang	
	Tidak Direncanakan Sebelumnya	45
Gambar 4.9	Uji Normalitas Dengan P-Plot.....	51
Gambar 4.10	Heteroskedastisitas Scatterplot.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Uji Kualitas Data

Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 5 Uji Hipotesis

Lampiran 6 Tabel R

Lampiran 7 Tabel T

Lampiran 8 Tabel F

Lampiran 9 Tabel Distribusi Frekuensi

Lampiran 10 Ulasan Konsumen THR Shop

Lampiran 11 Uji Referensi Skripsi

Lampiran 12 Hasil Uji Plagiarisme

Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup

