

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, PELAYANAN, DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI
NAKO SUMMARECON BEKASI**

SKRIPSI

OLEH:

SITI HALIMAH

20211032293



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Store Atmosphere*, Pelayanan, dan
Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi
Nako Summarecon Bekasi

Nama Mahasiswa : Siti Halimah

Nomor Pokok : 202110325293

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

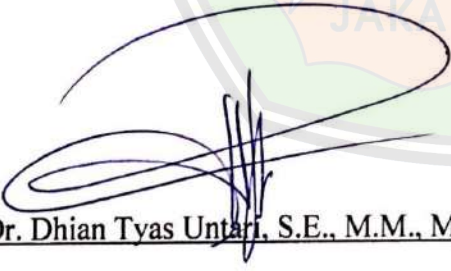
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2025

Jakarta, 24 Juli 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA

NIDN. 0309048102


Dr. Heni Rohaeni, S.Sos., M.Si

NIDN. 0314068202

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Store Atmosphere*, Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Nako Summarecon Bekasi

Nama Mahasiswa : Siti Halimah

Nomor Pokok : 202110325293

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2025

Jakarta, 24 Juli 2025

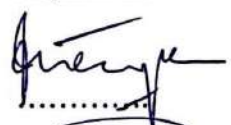
MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Agus Dharmanto, S.E., M.M.
NIDN. 0305087310

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Murti Wijayanti, S.E., Ak., M.M
NIDN. 0320127504

Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA
NIDN. 0309048102


.....


.....


.....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

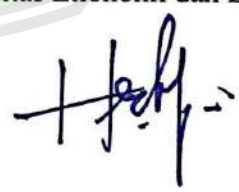
Manajemen

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

NIDN. 0327037601


Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M

NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Halimah
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325293
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 05 Oktober 2002
Alamat : Perum Graha Mustika Media Blok F12/19,
RT 004 RW 012, Lubang Buaya, Setu, 17320

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere*, Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Nako Summarecon Bekasi” Skripsi ini adalah karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia untuk 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 memberikan 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, 31 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Siti Halimah

202110325293

ABSTRAK

Siti Halimah 202110325293 “Pengaruh *Store Atmosphere*, Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Nako Summarecon Bekasi”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, pelayanan, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kopi Nako Summarecon Bekasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Analisis data dilakukan dengan regresi linear berganda menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi 0,012. Pelayanan juga berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansi 0,001, dan lokasi berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansi 0,002. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,407 menunjukkan bahwa *store atmosphere*, pelayanan, dan lokasi mampu menjelaskan sebesar 40,7% variasi keputusan pembelian.

Kata kunci: *Store atmosphere*, Pelayanan, Lokasi, Keputusan Pembelian, Kopi Nako

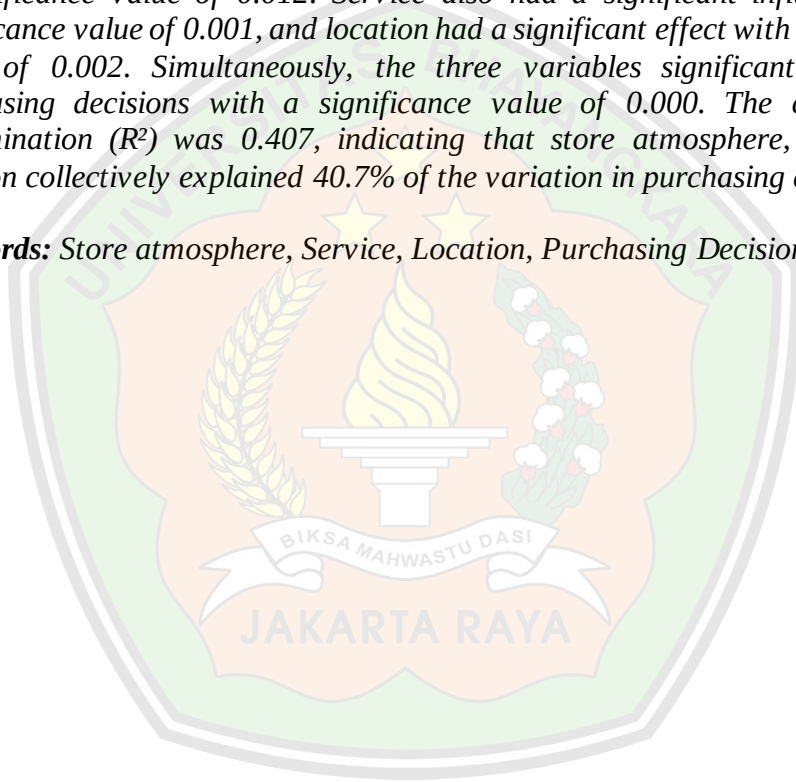


ABSTRACT

Siti Halimah 202110325293 *“The Influence of Store Atmosphere, Service, and Location on Purchasing Decisions of Nako Coffee Summarecon Bekasi”*

This study aims to determine the influence of store atmosphere, service, and location on consumers' purchasing decisions at Kopi Nako Summarecon Bekasi. A quantitative approach with a descriptive method was used. The sampling technique applied was accidental sampling with a total of 100 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression through SPSS version 26. The results showed that store atmosphere had a significant effect on purchasing decisions with a significance value of 0.012. Service also had a significant influence with a significance value of 0.001, and location had a significant effect with a significance value of 0.002. Simultaneously, the three variables significantly influenced purchasing decisions with a significance value of 0.000. The coefficient of determination (R^2) was 0.407, indicating that store atmosphere, service, and location collectively explained 40.7% of the variation in purchasing decisions.

Keywords: Store atmosphere, Service, Location, Purchasing Decision, Kopi Nako



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan Karunia Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere*, pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Nako Summarecon Bekasi” guna memenuhi salah satu syarat untuk melanjutkan penelitian tugas akhir.

Pada kesempatan ini penulis tidak lupa untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan dan bantuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini, terutama kepada:

1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., MM., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Supriyanto, S.E., M.M selaku dosen pembimbing akademik.
5. Dr. Dhian Tyas Untari, SE., MM., MBA. selaku dosen pembimbing I dan Dr. Heni Rohaeni, S.Sos, M.Si. selaku dosen pembimbing II yang telah Meluangkan, waktu, tenaga, saran dan semangat yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal mungkin.
6. Terimakasih kepada Mamah, Bapak, Adek, dan seluruh keluarga besar tercinta yang senantiasa menjadi sumber kekuatan dalam setiap langkah penulisan skripsi. Terima kasih atas doa yang tak pernah putus, pengorbanan yang tulus, dan

dukungan yang tidak pernah surut.

7. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada sahabat-sahabat seperjuangan sejak semester pertama, yaitu Imelivia Cahya Rabani, Khansa Aufa Fitriyah, dan Siti Nurhaliza, yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan studi ini. Terima kasih atas dukungan, semangat, tawa, serta kebersamaan yang tak ternilai.
8. Terima kasih yang tulus kepada Irwan Fajar, yang telah banyak membantu dan memberikan semangat selama proses penyusunan skripsi ini. Dukungan dan motivasi yang diberikan menjadi salah satu kekuatan besar untuk terus melangkah hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
9. *Last but not least*, terima kasih kepada diri sendiri, yang telah bertahan, berjuang, dan tidak menyerah meskipun dihadapkan pada berbagai tekanan, kelelahan, dan rasa ragu. Terima kasih telah terus melangkah, meskipun sering merasa lelah, dan telah memilih untuk menyelesaikan, bukan menyerah.

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	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Telaah Teoritis.....	17
2.1.1 Keputusan Pembelian	17
2.1.2. <i>Store Atmosphere</i>	20
2.1.3. Pelayanan	22
2.1.4. Lokasi.....	25
2.2 Telaah Empiris.....	27
2.3 Kerangka Konseptual	30
2.4 Hipotesis Penelitian.....	30
2.4.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap keputusan pembelian.....	31
2.4.2 Pengaruh Pelayanan terhadap keputusan pembelian.....	31
2.4.3 Pengaruh Lokasi terhadap keputusan pembelian	31
2.4.4 Pengaruh <i>Store atmosphere</i> , pelayanan, dan lokasi secara terhadap keputusan pembelian.....	32
3.1 Desain Penelitian.....	33
3.2 Populasi dan Sampel.....	33
3.2.1 Populasi.....	33

3.2.2	Sampel Penelitian	34
3.3	Jenis dan Sumber Data	34
3.3.1	Data Primer	35
3.3.2	Data Sekunder	35
3.4	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	36
3.4.1	Definisi Operasional Variabel	36
3.4.2	Skala Pengukuran	37
3.5	Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	37
3.5.1	Uji Instrumen Penelitian	37
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	39
3.5.3	Analisis Regresi Linear Berganda	41
3.6	Pengujian Hipotesis	42
3.6.1	Uji Parsial (Uji t)	42
3.6.2	Uji Pengaruh Simultan (Uji F)	43
3.6.3	Analisis Koefisien determinasi (R^2)	44
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1	Gambaran Umum	45
4.1.1	Profil Perusahaan	45
4.2	Visi dan Misi Perusahaan	47
4.2.1	Visi Perusahaan	47
4.2.2	Misi Perusahaan	47
4.3	Deskripsi Data	47
4.3.1	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	48
4.3.2	Identitas Responden	48
4.4	Uji Instrumen Penelitian	50
4.4.1	Uji Validitas	50
4.4.2	Uji Reliabilitas	53
4.5	Uji Asumsi Klasik	53
4.5.1	Uji Normalitas	53
4.5.2	Uji Multikolinearitas	55
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas	56
4.6	Uji Analisis Linear Berganda	57
4.7	Uji Hipotesis	58
4.7.1	Uji Kelayakan Parsial (Uji t)	58
4.7.2	Uji Simultan (Uji F)	59
4.7.3	Analisis Koefisiensi Determinasi (R^2)	60

4.8	Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
4.8.1	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	61
4.8.2	Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	62
4.8.3	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	63
4.8.4	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> , Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
BAB V PENUTUP		67
5.1	Kesimpulan.....	67
5.2	Keterbatasan Penelitian	68
5.3	Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA		70
LAMPIRAN.....		73



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Nama Coffee Shop Wilayah Summarecon Bekasi	4
Tabel 2.1 Telaah Empiris	28
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	36
Tabel 3.2 Skala Likert	37
Tabel 4.1 Mekanisme Penyebaran Kuesioner	48
Tabel 4.2 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.3 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.4 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	49
Tabel 4.5 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Store Atmosphere (X_1).....	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Pelayanan (X_2)	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Lokasi (X_3).....	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	57
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	58
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	59
Tabel 4.16 Hasil Uji Analisis Koefisiensi Determinasi (R^2).....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pilihan Konsumen Hasil dari Pra-Survei	5
Gambar 1.2 Grafik Alasan Konsumen Memilih Cafe Tersebut.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4.1 Suasana Kopi Nako Summarecon Bekasi	47
Gambar 4.2 <i>Normal P-Plot</i>	54
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme	74
Lampiran 2 Uji Referensi.....	76
Lampiran 3 Lembar Kusioner	83
Lampiran 4 Tabulasi Data	91
Lampiran 5 Tabel Output SPSS 26	108
Lampiran 6 Dokumentasi	116
Lampiran 7 Buku Bimbingan Skripsi.....	117
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup	118

