



**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, HARGA DAN  
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI  
TOKO BUKU GRAMEDIA JEMBER**  
(Studi Kasus Pada Konsumen Toko Buku Gramedia Jember)

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelas Sarjana Ekonomi

Oleh :

Wiolda Incha Lasdiana  
NIM. 13.10.411.110

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
JULI, 2017



**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, HARGA DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO BUKU GRAMEDIA JEMBER**  
(Studi Kasus Pada Konsumen Toko Buku Gramedia Jember)

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk  
menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)  
Dan memperoleh gelas Sarjana Ekonomi

Oleh :

Wielda Incha Lasdiana  
NIM. 13.10.411.110

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
JULI, 2017

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wielda Incha Lasdiana

NIM : 1310411110

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : *PENGARUH STORE ATMOSPHERE, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO BUKU GRAMEDIA JEMBER*; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 08 Juli 2017

Yang menyatakan,

Wielda Incha Lasdiana  
NIM. 13.10.411.110

# SKRIPSI

## PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO BUKU GRAMEDIA JEMBER

(Studi Kasus pada Konsumen toko buku Gramedia Jember)

Oleh :

Wiolda Incha Lasdiana  
NIM : 13.10.411.110

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dra. Retno Endah S, MM.

Dosen Pembimbing Pendamping : Wahyu Eko S, SE. MM.

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul; *Pengaruh Store Atmosphere, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buku Gramedia Jember*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

H a r i : Sabtu  
Tanggal : 08 Juli 2017  
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Bayu Wijyantini, SE, MM.  
NPK 10 09 661

Anggota 1,

Anggota 2,

Dra. Retno Endah S, MM.  
NPK 95 10 256

Wahyu Eko S, SE, MM.  
NPK 15 09 633

Mengesahkan :

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. Arik Susbiyani, M. Si.  
NPK 01 09 289

Drs. Anwar, M. Sc.  
NPK 85 03 125

## MOTTO

*“Hai orang-orang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu Sebagai penolongmu,  
sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”*

*(QS. Al-Baqarah: 153)*

*“Allah akan meninggikan derajat orang-orang yang beriman diantara kamu dan  
orang-orang yang memiliki ilmu pengetahuan”*

*(QS. Al-Mujadillah: 11)*

*“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum  
mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri”*

*(QS. Ar-Ra'd: 11)*

*“Raihlah ilmu. Dan untuk meraih ilmu, belajarlaha untuk tenang dan sabar”*

*(Umar bin Khattab)*

## PERSEMBAHAN

Dengan mengucap syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT dan rasa terima kasih penulis karya tulis ini kepada :

1. ALLAH SWT, yang telah memberikan jalan, kemudahan dan kekuatan dalam hidupku.
2. Ayahku Lasono yang tersayang, Ibuku Evi Endang Setyowati yang sangat berarti dalam hidupku dan Ma'e Suprihatin yang telah membesarkanku, memberikan kasih sayang dan pengorbanan yang begitu besar serta do'a yang selalu dipanjatkan untuk mengiringi langkahku menuju keberhasilan dan cita-citaku.
3. Keluarga besarku (Genteng, Wringinpitu, Sumberayu), yang telah mendukung dan mendoakanku.
4. My Bestie (Ela, Hanif, Maulinda) yang memberikan semangat selama mengerjakan tugas akhir ini.
5. Sahabat Alayerz (Ade, Diana, Indah, Kiki, Novita, Reni, Rias, Santi, Suci, Viky, Wildani), Widya, KKN'15 yang telah memberi warna dikala penatnya kehidupan kampus.
6. Keluarga kost Jalan Karimata Gang Maroon, Ulvatu R. Istifadah, Yova Gresi Andini, Widya Dian Respati dan juga nenek Suparmi yang setia memberikan motivasi dan dukungannya.
7. Semua teman-temanku angkatan 2013 yang selama empat tahun saling berbagi ilmu, cerita, tawa, pengalaman dan pelajaran hidup.
8. Almamaterku Universitas Muhammdiyah Jember yang kubanggakan.
9. Dan semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini, terima kasih banyak.

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere*, Harga dan Lokasi terhadap keputusan pembelian di Toko Buku Gramedia Jember”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Arik Susbiyani, M. Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Drs. Anwar, M. Sc. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Dra. Retno Endah S, MM. selaku dosen pembimbing I, Ibu Wahyu Eko S, SE. MM. selaku dosen pembimbing II, Ibu Trias Setyowati, SE. SH. MM. selaku dosen penguji dan Ibu Bayu Wijyantini, SE, MM. selaku dosen penguji pengganti, terima kasih atas segala waktu, ilmu, saran, semangat, bimbingan dan bantuannya dalam penyempurnaan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak membantu penulis selama bergabung bersama akademika Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Toko Buku Gramedia Jember yang telah memberikan ijin pada peneliti serta telah meluangkan waktunya dalam memberikan kelengkapan data yang di butuhkan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Kedua orang tuaku, Ayahku Lasono dan Ibuku Evi Endang Setyowati, terima kasih atas kasih sayang, do'a, semangat, nasehat, perhatian dan dukungannya selama ini.



7. Keluarga besarku yang tak henti-hentinya memberikanku semangat, dukungannya.
8. Teman-teman dan rekanku di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
9. Serta kepada semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis mengucapkan banyak terima kasih atas semua bantuan yang diberikan, semoga Allah SWT melimpahkan berkah dan rahmat-Nya bagi kita semua.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi. Demikian, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca dan akan memberikan suatu sumbangsih bagi almamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Jember.

Jember, 08 Juli 2017

Wiela Incha Lasdiana  
NIM 1310411110

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Tinjauan Teori.....	9
2.1.1. Pengertian Pemasaran .....	9
2.1.2. Bauran Pemasaran .....	10
2.1.3. Perilaku Konsumen.....	12
2.1.4. <i>Store Atmosphere</i> (Suasana Toko).....	18
2.1.5. Harga.....	22
2.1.6. Lokasi.....	27
2.1.7. Keputusan Pembelian.....	29
2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	32
2.3. Kerangka Konseptual .....	34
2.4. Hipotesis .....	35
BAB 3 : METODE PENELITIAN	
3.1. Identifikasi Variabel .....	38
3.1.1. Variabel Bebas ( <i>Independent</i> ) .....	38
3.1.2. Variabel Terikat ( <i>Dependent</i> ).....	38

3.2. Definisi Operasional Variabel.....	39
3.2.1. Variabel Bebas (Independent) .....	39
3.2.2. Variabel Terikat ( <i>Dependent</i> ).....	40
3.3. Desain Penelitian.....	40
3.4. Analisis Statistik Deskriptif .....	40
3.5. Jenis Data .....	41
3.5.1. Data Primer .....	41
3.5.2. Data Sekunder .....	41
3.6. Populasi dan Sampel.....	41
3.6.1. Populasi .....	41
3.6.2. Sampel.....	41
3.6.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	42
3.7. Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.8. Teknik Analisis Data .....	43
3.8.1. Uji Instrumen Data .....	44
3.8.2. Analisis Regresi Linear Berganda .....	45
3.8.3. Uji Asumsi Klasik.....	45
3.8.4. Pengujian Hipotesis .....	47

#### BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	49
4.1.1. Sejarah Berdirinya Toko Buku Gramedia Jember.....	49
4.2. Aspek Personalia .....	52
4.2.1. Jumlah Tenaga Kerja .....	51
4.2.2. Jam Kerja .....	51
4.2.3. Sistem Penggajian.....	51
4.2.4. Pembagian Area Jual di Toko Buku Gramedia .....	51
4.3. Aspek Operasioanal.....	52
4.3.1. Macam-macam Produk .....	52
4.4. Aspek Pemasaran .....	52
4.4.1. Target Pasar.....	52
4.4.2. Saluran Distribusi .....	53
4.5. Jenis Data Untuk Keperluan Analisis .....	53
4.5.1. Gambaran Umum Responden .....	53
4.5.2. Gambaran Umum Variabel Penelitian .....	55
4.6. Hasil dan Pembahasan .....	59
4.6.1. Hasil Penelitian.....	59
4.6.1.1. Uji Instrumen.....	59
4.6.1.2. Analisis Regresi Linear Berganda .....	61

4.6.1.3. Uji Asumsi Klasik.....	63
4.6.1.4. Pengujian Hipotesis .....	66
4.6.2. Pembahasan.....	70
BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan .....	74
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA .....	77
LAMPIRAN .....	80

## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 : Data <i>Top Brand</i> Toko Buku Tahun 2012 – 2016 .....	2
Tabel 1.2 : Data <i>Event</i> yang Diadakan Toko Buku Gramedia .....	3
Tabel 2.1 : Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 4.1 : Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
Tabel 4.2 : Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	54
Tabel 4.3 : Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
Tabel 4.4 : Frekuensi Pertanyaan Responden Terhadap <i>Store Atmosphere</i> .	55
Tabel 4.5 : Frekuensi Pertanyaan Responden Terhadap Harga .....	56
Tabel 4.6 : Frekuensi Pertanyaan Responden Terhadap Lokasi.....	57
Tabel 4.7 : Frekuensi Pertanyaan Responden Terhadap Keputusan Pembelian .....	58
Tabel 4.8 : Hasil Uji Validitas .....	60
Tabel 4.9 : Hasil Uji Reliabilitas .....	61
Tabel 4.10 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	61
Tabel 4.11 : Hasil Uji Multikolinearitas .....	63
Tabel 4.12 : Hasil Uji t.....	67
Tabel 4.13 : Hasil Uji F.....	68
Tabel 4.14 : Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	69

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Model Sederhana Proses Pemasaran .....	10
Gambar 2.2 : Empat P Bauran Pemasaran .....	12
Gambar 2.3 : Model Perilaku Konsumen.....	14
Gambar 2.4 : Penetapan Harga Berdasarkan Nilai Versus Penetapan Harga Berdasarkan Biaya .....	24
Gambar 2.5 : Proses Keputusan Pembelian .....	29
Gambar 2.6 : Kerangka Konseptual.....	35
Gambar 4.1 : Hasil Uji Normalitas Histogram.....	64
Gambar 4.2 : Hasil Uji Normalitas P-Plot .....	65
Gambar 4.3 : Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	66

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Surat Ijin Penelitian dan Surat Keterangan .....	80
Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian .....	82
Lampiran 3 : Rekapitulasi Hasil Kuesioner .....	86
Lampiran 4 : Hasil SPSS .....	88
Lampiran 5 : Dokumentasi .....	103

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriliana, Hesty Tri Ayu. 2015. *Analisis Variabel-variabel yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Smartphone Andriod Merek Samsung*. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember, Vol. 1 No. 1.
- Berman B, Evans JR. 2004. *Retail Management, a Statigic Approach. 8<sup>th</sup> Edition*. New Jersey, Prentice Hall.
- Cannon, Joseph P, William D. Perreault, Jr., E. Jerome McCarthy. 2009. *Pemasaran Dasar*. Edisi keenambelas. Salemba Empat, Jakarta.
- Haryadi Sarjono dan Winda Julianita. 2011. *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Salemba Empat, Jakarta.
- Hermann, et, al. 2007. *The Social Influence of Brand Community: Evidence From European Car Clubs*. Journal Of Marketing, Vol. 69., p 19 – 34.
- Husein Umar. 2011. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi kedua Cetakan 12, Rajawali Pers, Jakarta.
- Ghozali, imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Imamul Arifin. (2007). *Membuka Cakrawalan Ekonomi*. PT Setia Purna Inves, Bandung.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millennium. Prehallindo, Jakarta.
- \_\_\_\_\_, dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas, Jilid 2, Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketigabelas, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketigabelas, Jilid 2, Erlangga, Jakarta.
- Levy, Michael, and Weitz. 2007. *Retailing Management*. Sixth Edition, Mc. Graw Hill, New York.
- Ma'aruf, Hendri. 2005. *Pemasaran ritel*. Gramedia, Jakarta.
- Maretha Vitta, dan Engkos Achmad Kuncoro. 2011. *Pengaruh Store Atmosphere dan Store Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko*



- Buku Gramedia Pondok Indah.*** Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Bina Nusantara University Jakarta, Vol. 2 No. 2.
- Marno Nugroho dan Ratih Paramita. 2009. ***Analisis Pengaruh Lokasi, Keanekaragaman Barang Terhadap Keputusan Berbelanja dan Loyalitas Konsumen di Carrefour Semarang.*** Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Januari, Vol. 10, No. 1.
- Mardhikasari, Theresia Esti. 2014. ***Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Toko dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mirota Kampus.*** Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Mowen, John C., dan Minor, Michael. 2002. ***Perilaku Konsumen.*** Edisi lima, Jilid 2, Erlangga, Jakarta.
- Novi, Aulia Purnamasari. 2009. ***Efektifitas Promosi Di Toko Buku Gramedia Jember. Skripsi,*** Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
- Priyanto, dwi. 2008. ***Mandiri Belajar SPSS.*** Cetakan ketiga, Media Kom: Yogyakarta.
- Purnamasari, Aulia Novi. 2009. ***Efektivitas Promosi Di Toko Buku Gramedia Jember.*** Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
- Schiffman, Leon G., dan Kanuk Leslie Lazar. 2009. ***Perilaku Konsumen.*** Alis bahasa Zulkifli. PT. Indeks Group Gramedia, Jakarta.
- Simamora, Bilson. 2003. ***Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel.*** Gramedia, Jakarta.
- Sopiah dan Syihabidhin. 2008. ***Manajemen Bisnis Ritel.*** Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2015. ***Statistik Nonparametris untuk Penelitian.*** Alfabeta, Bandung.
- Susanto, Agus. 2013. ***Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Tulis Karangmlati Demak.*** Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Swastha, Basu dan Ibnu Sukotjo. 2010. ***Pengantar Bisnis.*** Liberty, Yogyakarta.
- Syahputra, Denny Eka. 2015. ***Pengaruh Store Atmosphere, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Ore Premium Store.*** Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, Vol. 4., No. 11.
- Tjiptono, Fandy. 2008. ***Pemasaran Jasa.*** Banyumedia Publishing, Malang.

Wibowo, Ari. 2014. *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di “D’Stupid Baker” Surabaya*. Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, Vol. 4 No. 11.

Zimmerer, Thomas W dan Norman M. Scarborough. 2009. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Salemba Empat, Jakarta.

[www.kompasgamedia.com](http://www.kompasgamedia.com) (Website resmi Perusahaan Kompas Gramedia)  
(Diakses pada 04 April 2017)

[www.manfaat.co.id](http://www.manfaat.co.id) (Manfaat buku) (Diakses pada 05 April 2017)

[www.unblogger.com](http://www.unblogger.com) (Seputar Toko Buku Gramedia) (Diakses pada 05 Juni 2017)

[www.bisnisukm.com](http://www.bisnisukm.com) (Bisnis Toko Buku) (Diakses pada 05 Juni 2017)