



**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



**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 dituduh 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)

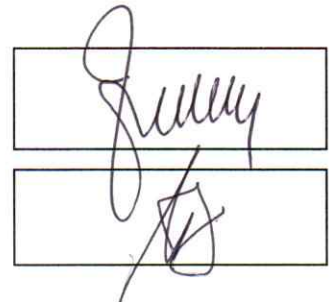
Oleh :

Wielda 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 Wijayantini, SE, MM.

NPK 10 09 661

Anggota 1,

Dra. Retno Endah S, MM.

NPK 95 10 256

Anggota 2,

Wahyu Eko S, SE, MM.

NPK 15 09 633

Mengesahkan :

Dekan,

Dr. Arik Susbiyani, M. Si.

NPK 01 09 289

Ketua Program Studi,

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 mengucapkan 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.

## ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan suatu yang sulit untuk dipelajari. Dalam keputusan pembelian, erat kaitannya dengan perilaku konsumen yang memiliki kriteria berbeda-beda dalam pengambilan keputusan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere*, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Toko Buku Gramedia Jember secara parsial dan simultan. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian *survey*. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang membeli buku di Toko Buku Gramedia Jember. Sampel yang digunakan sebanyak 40 responden, menggunakan teknik *non probability* sampling dengan pendekatan *purposive* sampling. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan *software* SPSS 21. Hasil uji t menunjukkan signifikansi *store atmosphere* (0,048), harga (0,041), dan lokasi (0,045) lebih kecil dari 0,05, sehingga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F menunjukkan *store atmosphere*, harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa *store atmosphere* (0,331), harga (0,432) dan lokasi (0,319) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa 37,1% keputusan pembelian di Toko Buku Gramedia Jember dipengaruhi oleh *store atmosphere*, harga dan lokasi. Sedangkan sisanya 62,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti promosi, kualitas produk, cotra merek, kualitas pelayanan dan lain-lain.

**Kat Kunci** : *Store Atmosphere*, Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian



## ABSTRACT

*Purchasing decisions are a difficult thing to learn. In purchasing decisions, closely related to consumer behavior that has different criteria in decision making. This study aims to determine the effect of Store Atmosphere, Price, and Locations of Purchasing Decision on consumers Gramedia Book Store Jember partially and simultaneously. Quantitative descriptive research type with survey research design. The population in this study is all the people who bought the book at Gramedia Bookstore Jember. The sample used was 40 respondents, using non probability sampling technique with purposive sampling approach. The analytical technique used in this research is multiple linear regression with SPSS 21 software. The result of t test shows significance of store atmosphere (0,048), price (0,041), and location (0,045) less than 0,05, so that partially significant buying decision. F test results show that store atmosphere, price and location have a significant effect on purchasing decision. The result of multiple linear regression analysis shows that store atmosphere (0,331), price (0,432) and location (0,319) have positive effect to purchasing decision. The coefficient of determination test shows that 37.1% purchase decision in Gramedia Bookstore Jember is influenced by store atmosphere, price and location. While the remaining 62.9% influenced by other variables not included in this study such as promotion, product quality, brand contra, service quality and others.*

**Keywords:** *Store Atmosphere, Price, Location, Purchase Decision*

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran 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 izin 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

Wielda 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> (Suasanan 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
4.1.2. Struktur Organisasi.....	51
4.2. Aspek Personalia.....	52
4.2.1. Jumlah Tenaga Kerja.....	52
4.2.2. Jam Kerja.....	52
4.2.3. Sistem Penggajian.....	52
4.2.4. Pembagian Area Jual di Toko Buku Gramedia.....	52
4.3. Aspek Operasioanal.....	53
4.3.1. Macam-macam Produk.....	53
4.4. Aspek Pemasaran.....	53
4.4.1. Target Pasar.....	53
4.4.2. Saluran Distribusi.....	54
4.5. Jenis Data Untuk Keperluan Analisis.....	54
4.5.1. Gambaran Umum Responden.....	54
4.5.2. Gambaran Umum Variabel Penelitian.....	56
4.6. Hasil dan Pembahasan.....	60
4.6.1. Hasil Penelitian.....	60
4.6.1.1. Uji Instrumen.....	60
4.6.1.2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	62

4.6.1.3. Uji Asumsi Klasik.....	64
4.6.1.4. Pengujian Hipotesis .....	67
4.6.2. Pembahasan.....	71
BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan .....	75
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA .....	78
LAMPIRAN .....	81

## 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 .....	54
Tabel 4.2 : Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	55
Tabel 4.3 : Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	55
Tabel 4.4 : Frekuensi Pertanyaan Responden Terhadap <i>Store Atmosphere</i> .56	56
Tabel 4.5 : Frekuensi Pertanyaan Responden Terhadap Harga .....	57
Tabel 4.6 : Frekuensi Pertanyaan Responden Terhadap Lokasi.....	58
Tabel 4.7 : Frekuensi Pertanyaan Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4.8 : Hasil Uji Validitas .....	61
Tabel 4.9 : Hasil Uji Reliabilitas .....	62
Tabel 4.10 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	62
Tabel 4.11 : Hasil Uji Multikolinearitas .....	64
Tabel 4.12 : Hasil Uji t.....	68
Tabel 4.13 : Hasil Uji F .....	69
Tabel 4.14 : Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	70

## 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 : Struktur Organisasi .....	51
Gambar 4.2 : Hasil Uji Normalitas Histogram.....	65
Gambar 4.3 : Hasil Uji Normalitas P-Plot .....	66
Gambar 4.4 : Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	67



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Surat Ijin Penelitian dan Surat Keterangan .....	81
Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian .....	83
Lampiran 3 : Rekapitulasi Hasil Kuesioner .....	87
Lampiran 4 : Hasil SPSS .....	89
Lampiran 5 : Dokumentasi .....	104