

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi Kasus Eiger Adventure Store Jember)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh:
AHMAD ZAINUDIN
16.1041.1068

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2021**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Zainudin
Nim : 1610411068
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar benarnya bahwa karya tulis ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Eiger Adventure Store Jember)**. Adalah hasil karya saya sendiri, kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan disubstansi manapun, serta bukan karya yang berbentuk plagiat atau berbentuk jiplakan, dimana saya bertanggung jawab atas keaslian serta keabsahan dan kebenaran dalam isinya, sesuai sikap ilmiah.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenar benarnya tanpa ada rekayasa serta tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik serta hukuman, jika ternyata dikemudian hari ada pihak pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 10 Juni 2021



Ahmad Zainudin

NIM. 16.1041.1068

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi Kasus Eiger Adventure Store Jember)**

Oleh
AHMAD ZAINUDIN
NIM 1610411068

Dosen pembimbing utama : Toni Herlambang, DR., M.M.

Dosen pembimbing pendamping : Jekti Rahayu, SE., M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN

Skrpsi berjudul : Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Eiger Adventure Store Jember). Telah diuji serta disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Ahmad Zainudin
Nim : 1610411068
Hari : Kamis
Tanggal : 08 Jul 2021
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Feti Fatimah, SE., MM
NPK. 1979052510709622

Anggota 1

Toni Heriambang, DR., M.M.
NPK. 0603425

Anggota 2

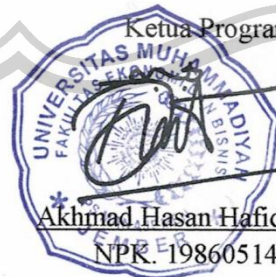
Jekti Rahayu, SE., M.Si.
NPK. 1509646

Mengesahkan

Dekan

Maheni Ika Sari, SE., MM.
NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi



Akhmad Hasan Hafidzi, SE., MM.
NPK. 1986051411703796

MOTTO

لِيَهْدِيَ اللَّهُ الذِّينَ إِذْ يُبَيِّنُ لَهُمْ أَمْرًا يُبْغُونَهُ بِأَنَّهُمْ كَانُوا مُرْتَابِينَ
لِيَهْدِيَ اللَّهُ الذِّينَ إِذْ يُبَيِّنُ لَهُمْ أَمْرًا يُبْغُونَهُ بِأَنَّهُمْ كَانُوا مُرْتَابِينَ

Wahai orang-orang yang beriman! Apabila dikatakan kepadamu, “Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis,” maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan, “Berdirilah kamu,” maka berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah Mahateliti apa yang kamu kerjakan.

Q.S. Al-Mujadalah ayat 11

“Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu amat berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu”

(QS Al- Baqarah : 45)

Dan sesungguhnya telah kami muliakan anak-anak Adam, kami angkat mereka di daratan dan dilautan, kami beri mereka rezeki dari yang baik-baik dan kami lebihkan dengan kelebihan yang sempurna atas kebanyakan makhluk yang telah kami ucapkan

QS. Al-Isra 70

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Alhamdulillah Robbil 'Alamin puji syukur kita panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tujuan dari penelitian skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan skripsi, penulis memperoleh banyak dukungan, motivasi dan bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terimakasih sebesar – besarnya kepada:

1. Yang pertama sembah sujud saya kepada Allah SWT. Atas kehendakmu kau jadikan manusia yang senantiasa beriman, berilmu, dan selalu berusaha serta berfikir dan tetap selalu bersabar dalam menjalani kehidupan didunia.
2. Ibu Maheni Ika Sari, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Akhmad Hasan Hafidzi, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Bapak Toni Herlambang, DR., M.M. selaku dosen pembimbing 1 dan Ibu Jekti Rahayu, SE., M.Si. selaku pembimbing 2 yang telah memberikan saran, bimbingan dan arahan selama melakukan penelitian skripsi.
5. Ibu Feti Fatimah, SE., MM. selaku penguji skripsi.
6. Kedua orang tua saya yang selalu mendukung saya serta membimbing saya tanpa mengeluh dan selalu menjadi yang terbaik.
7. Untuk teman-teman kelas manajemen B 2016 yang selalu memberikan semangat kepada saya.
8. Dan untuk almamater, Universitas Muhammadiyah Jember yang saya banggakan.

Disadari sepenuhnya bahwa penyusunan penelitian skripsi ini tidak otomatis sempurna. Oleh karena itu masukan saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan guna menambang ilmu pengetahuan. Akhir kata penutulis skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Wassalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Jember, 10 Juni 2021

Penulis

Ahmad Zainudin

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kajian Pustaka	8
2.1.1 Pengertian Manajemen	8
2.1.2 Pengertian Pemasaran	8
2.1.3 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.1.4 Bauran Pemasaran	9
2.1.5 <i>Store Atmosphere</i>	11
2.1.6 Harga	13
2.1.3 Keputusan Pembelian	15
2.2 Penelitian terdahulu	19
2.3 Kerangka konseptual.....	21
2.4 Hipotesis	21
2.4.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian	21
2.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	22
BAB 3 METODE PENELITIAN	23
3.1 Identifikasi Variabel.....	23
3.2 Definisi Oprasional Variabel	23
3.3 Jenis Data.....	25
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	25

3.4.1 Populasi	25
3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel	25
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.7 Teknik Analisis Data.....	27
3.7.1 Validitas dan Reabilitas	27
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda	27
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	28
3.7.4 Uji Hipotesis	29
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Gambaran Umum.....	32
4.2 Deskriptif Karakteristik Responden.....	32
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	34
4.3.1 Deskripsi Variabel Store Atmosphere (X_1)	34
4.3.2 Deskripsi Variabel Harga (X_2).....	35
4.3.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian(Y).....	35
4.4 Uji Instrumen	36
4.4.1 Uji Validitas.....	36
4.4.2 Reliabilitas	37
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	38
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	39
4.6.2 Uji Multikolinieritas	39
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas	39
4.7 Uji Hipotesis.....	40
4.7.1 Uji F	40
4.7.2 Uji T	47
4.8 Pembahasan.....	41
4.8.1 Pengaruh Store Atmosphere terhadap keputusan pembelian	41
4.8.2 Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian	42
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	43
5.1 Kesimpulan	43
5.2 Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	44

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Pesaing Eiger	3
Tabel 1.2 Perbandingan Harga Perlengkapan Outdoor	3
Tabel 1.3 Data Penjualan Eiger 2016 – 2020.....	5
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	19
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	33
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	33
Tabel 4.3 Pendidikan Responden	34
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Store Atmosphere	34
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Harga	35
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian	35
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	36
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.10 Hasil Regresi Linier Berganda.....	38
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	39
Tabel 4.12 Hasil Uji F	40
Tabel 4.14 Hasil Uji T	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Krangka Konseptual.....	21
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	40



**DAFTAR
LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuisisioner	
Penelitian.....	46
Lampiran 2 Jawaban Responden	
.....	51
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas	
.....	55
Lampiran 4 Uji Normalitas, Asumsi Klasik, Uji Regresi Linear Berganda	
.....	59
Lampiran 5 Foto-Foto Kegiatan	
.....	61



Appley A, Lawrence, Lee, Oey, Liang. 2010. *Pengantar Manajemen*. Jakarta. Salemba Empat.

Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis Dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Berman, Barry and Joel R. Evans. 2010. *Retail Management : A Strategic Approach*. 10th Edition. Prentice Hall Inc., New Jersey.

Bob, Foster. 2010. *Manajemen Ritel*. Alfabeta, Bandung.

Buchari Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung :Penerbit Alfabeta.

Cindy Juwita Dessyana. (2013). *Store Atmosphere Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Texas Chicken Multimart II Manado*. *Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi*, Jurnal EMBA, Vol.1 No.3 Juni 2013, Hal. 844-852 [online]. Tersedia: ejournal.unsrat.ac.id/ [10 November 2015]

Daryanto, 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung : PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.

Djaslim Salidin. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Fandy Tjiptono. 2010. *Manajemen Jasa*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi Offset.

Fandy Tjiptono, 2011. *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia

Ghozali, Imam, 2005. *Uji Normalitas Data*. Semarang; Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Husaini Usman. 2013. *Manajemen (Teori, Praktik dan Riset Pendidikan)*. Jakarta: Salemba Empat.

Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar, 2010. *Perilaku Konsumen, Alih Bahasa : Zoelkifli Kasip, Edisi ketujuh*. Indeks, Jakarta.

Kotler, Philip. dan Keller, K.L. 2012. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1, Penertbit Erlangga, Jakarta.

- Kotler dan Keller, 2012. *Marketing Management* Edisi 14, Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall
- Kurnia Akbar 2013. Analisis Pengaruh Harga, *Brand Image* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone atau Smartphone Samsung Jenis Android. *Jurnal Manajemen Universitas Sriwijaya*.
- Lily, Srikandi, Andriani, 2014, *Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Monopoli Cafe dan Resto Soekarno Hatta Malang)*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Operasional Universitas Brawijaya*.
- Ma'ruf, H. 2010, *Pemasaran Ritel*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Made Novandri, 2010, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Harpindo Jaya Cabang Ngaliyan. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (Jbe)*, September 2010, Hal. 97 – 108 Vol. 17, No. 2, ISSN: 1412-3126 97
- Restu Aji Prasetyo, 2015, Pengaruh *Store Atmosphere*, Keragaman Produk, dan harga terhadap keputusan Pembelian konsumen Mirota Batik Yogyakarta. *Laporan Tidak Dipublikasikan, Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Padaranan Semarang*.
- Sambas Ali Muhidin. (2010). *Statistika 2 Pengantar untuk Penelitian*. Bandung: Karya Adhika Utama.
- Sambas Ali Muhidin dan Abdurahman, Maman. (2010). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Santoso, S., (2014), *Statistik Paraketric*, Penerbit: Elexmedia Komputindo, Jakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Turley, L.W., dan Milliman, R.E. 2000. *Atmospheric Affects on Shopping Behaviour a Review of the Experimenta*, *Journal of Business Research*, 49.

