



**PENGARUH ATMOSFER TOKO, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi Kasus Pada Pelanggan Toko Fajar *Collections* Genteng Banyuwangi)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**Oleh:**

**Rohid Adam Fahmi  
NIM. 1410411233**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2019**

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Pengaruh Atmosfer Toko, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan Toko Fajar *Collections* Genteng Banyuwangi), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Rohid Adam Fahmi  
NIM : 1410411233  
Hari : Selasa  
Tanggal : 23 Juli 2019  
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Drs. Anwar. M.Sc  
NPK 85 03 125

Anggota 1,

Anggota 2,

Feti Fatimah. SE, MM  
NPK 07 09 622

Yohanes Gw, SE, MM  
NPK 1509653

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Jurusan,

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

Haris Hermawan. SE., MM  
NPK 15 03 640

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ” Pengaruh Atmosfer Toko, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan Toko Fajar *Collections* Genteng Banyuwangi)”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Dr. Arik Susbiyani. Msi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- b. Haris Hermawan SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- c. Feti Fatimah, SE, MM selaku dosen pembimbing I dan Yohanes GW, SE,MM , selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. Drs. Anwar. Msc, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
- e. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
- f. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.

- g. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
- h. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2014 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
- i. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bias memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.



Jember, 23 Juli 2019  
Penyusun

Rohid Adam Fahmi

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	7
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	8
2.1.3 Manajemen Pemasaran Ritel .....	9
2.1.4 Bisnis Ritel .....	10
2.1.5 Atmosfer Toko .....	11
2.1.6 Elemen Atmosfer Toko .....	12
2.1.7 Harga.....	12
2.1.8 Lokasi.....	13
2.1.9 Keputusan Pembelian.....	14
2.1.10 Tahap keputusan pembelian.....	15
2.2 Tinjauan penelitian terdahulu.. ..	16
2.3 Kerangka Konseptual .....	18
2.4 Hipotesis .....	19
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
3.1 Identifikasi Variabel .....	21
3.1.1 Variabel Bebas .....	21

3.1.2 Variabel Terikat .....	21
3.2 Definisi Operasional Variabel .....	21
3.3 Desain Penelitian .....	23
3.3.1 Populasi dan Sampel .....	23
3.3.2 Populasi .....	23
3.3.3 Sampel .....	23
3.3.4 Teknik pengambilan sampel.....	24
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	25
3.5.1 Data Sekunder .....	25
3.5.2 Data Primer .....	25
3.5 Teknik Analisis Data .....	26
3.5.1 Uji Instrumen Data .....	26
3.5 Analisis regresi linier berganda.....	28
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	28
3.7 Uji Hipotesis .....	29
<b>BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	32
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	32
4.1.2 Struktur Organisasi .....	33
4.1.3 Fungsi Dan Tugas Jabatan .....	33
4.2 Aspek Personalia .....	34
4.2.1 Jumlah Tenaga Kerja .....	34
4.2.2 Jam Kerja .....	34
4.2.3 Sistem Upah .....	34
4.3 Aspek Pemasaran .....	34
4.3.1 Daerah Pemasaran .....	34
4.4 Jenis Data Untuk Kebutuhan Analisis.....	34
4.4.1 Diskriptif Statistik Responden .....	34
4.4.2 Diskriptif Variabel Penelitian .....	36
4.4.2.1 Atmosfer Toko (X1).....	36
4.4.2.2 Harga (X2).....	37
4.4.2.3 Lokasi (X3) .....	39
4.4.2.4 Kputusan pembelian (Y).....	40
4.5 Analisis Data .....	42
4.5.1 Uji Instrumen Data .....	42
4.5.1.1 Pengujian Validitas Data .....	42
4.5.1.2 Pengujian Reliabilitas Data .....	43
4.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	44
4.5.3 Pengujian Asumsi Klasik .....	46
4.5.3.1 Pengujian Normalitas .....	46

4.5.3.2 Pengujian Multikolinearitas .....	47
4.5.3.3 Pengujian Heterokedastisitas .....	47
4.5.4 Pengujian Hipotesis .....	48
4.5.4.1 Uji F .....	48
4.5.4.2 Uji t .....	49
4.5.4.3 Koefisien Determinasi .....	50
4.6 Pembahasan .....	51
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>54</b>
5.1 Kesimpulan .....	54
5.2 Saran .....	54
5.9 Rekomendasi .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>56</b>



## DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1: Pengantar Kuesioner, Petunjuk Pengisian Kuesioner, Kuesioner Penelitian
- LAMPIRAN 2: Rekapitulasi Kuesioner
- LAMPIRAN 3: Frekuensi Pernyataan Responden
- LAMPIRAN 4: Uji Validitas
- LAMPIRAN 5: Uji Reliabilitas
- LAMPIRAN 6: Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis
- LAMPIRAN 7: Tabel r Product Moment, Tabel Distribusi F, dan Tabel Distribusi T





## DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Kotler 2008, "*Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*", England : Pearson Education, Inc.
- Arif, 2018. *Pengaruh Store Atmosfer, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Soban Cafe Medan*. Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Balawera, Asrianto. (2013). *Green Marketing dan Corporate Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik di Freshmart Kota Manado*. Jurnal EMBA, Volume 1, Nomor 4, hal. 2117-2129.
- Ferdinand, A.. 2005. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Edisi ke 2. Semarang: BP UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hady, 2016. *Pengaruh Lokasi, Store Atmosphere, Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Husein, Umar. (2000). *Riset Pemasaran Dan Penilaian Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Istijanto, (2005), *Riset Sumber Daya Manusia*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Jaya, 2018. *Pengaruh Atmosfer Toko, Kesesuaian Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Temday Store Denpasar*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 6, 2018: 2887-2912
- Kotler, Philip. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas, Jakarta: Prenhallinda.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. England: Pearson.
- Kuncoro, Mudrajat. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.
- Lamb, ed al. 2006. *Pemasaran Buku 1. Edisi 1*. Jakarta: Salemba 4
- Levy, Michael & Weitz, Barton A. (2009), *Retailing Management*. New York. America: Mc Grawn-Hill/Irwin.

- Lisa. (2017). *Pengaruh Suasana Toko, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Tangkelek Di Kota Padang*. STKIP PGRI Sumatera barat.
- Lupiyoadi, Rambat. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mansur, 2018. *Pengaruh Store Atmosphere Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Pamella Tujuh Swalayan Yogyakarta)*. Prodi Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta
- Mowen, John C. dan Michael Minor, 2012, *Perilaku Konsumen*, Erlangga, Jakarta.
- Peter dan Olson. (2009). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Schiffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Cetakan Keempat, Penerbit PT Indeks.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta. Bandung.
- Sutisna dan Pawitra. (2001), *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Syahputra, Deny Eka. (2015). *Pengaruh Store Atmosphere, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ore Premium Store*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Tjiptono, Fandy 2006. *Strategi Pemasaran (Edisi II)*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy 2017. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi Offset, Yogyakarta
- Umam, 2018. *Pengaruh Lokasi Toko, Tata Letak Toko Dan Atmosfer Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja (Studi Kasus Pada Koperasi An-Nur Kita PP An-Nur 3 Murah Banyu Bululawang Malang)*. Fakultas Ekonomi Unisma
- Umar. (2000). *Riset Pemasaran Dan Penilaian Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Wahyuni, Dkk. (2017). *Pengaruh Suasana Toko, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Tangkelek Di Kota Padang*. STKIP PGRI Sumatera barat.
- Wijayana, 2017. *Pengaruh Atmosfer Toko, Display, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Downright Kediri*. Simki-Economic Vol. 01 No. 07 Tahun 2017 ISSN : BBBB-BBBB
- Winmarsyah, Ghazali Ahcmad. (2017). *Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Carlick Store Surabaya*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Yulindo, Kenshi Poneva. 2013. "Pengaruh Atribut-atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Green Product Cosmetics Sariayu Martha Tilaar di Kota Padang". Jurnal

Manajemen, Vol. 2 No. 1. <http://www.ejournal.unp.ac.id> (diakses 8 November 2014 pukul 22.19 WIB).

