



**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INDOMART POINT
KOTA LAMA SEMARANG**

SKRIPSI

**Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Disusun oleh:

**Ardan Assegaf
14020217130049**

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2024**

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)**

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama Lengkap : Ardan Assegaf
Nomor Induk Mahasiswa : 14020217130049
Tempat / Tanggal Lahir : Jakarta, 11 Desember 1999
Jurusan / Program Studi : S1- Administrasi Bisnis
Alamat : Jl Bungur IX No. 97A RT 12 RW 06 Jakarta Timur

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi) yang saya tulis berjudul :

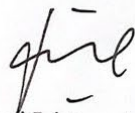
**Pengaruh *Store Atmosfer* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi
Pada Konsumen Indomaret Point Kota Lama Semarang)**

Adalah benar-benar Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan. Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 13 Juni 2024

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



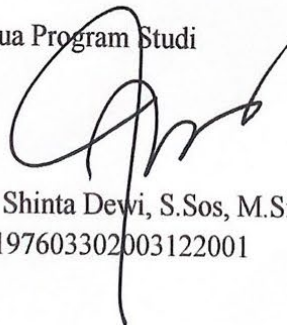
Dr. Sari Listyorini, S.Sos., M.AB.
NIP. 197806052003122003

Pembuat Pernyataan,



Ardan Assegaf
NIM.14020217130049

Ketua Program Studi



Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si
NIP. 197603302003122001

HALAMAN PENGESAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Judul Skripsi : Pengaruh Store Atmosfer dan Harga Terhadap Keputusan
Pembelian (Studi Pada Konsumen Indomaret Point Kota
Lama Semarang)

Nama Penyusun : Ardan Assegaf

NIM : 14020217130049

Program Studi : Administrasi Bisnis

**Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program
Pendidikan Strata 1 di Program Studi Administrasi Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.**

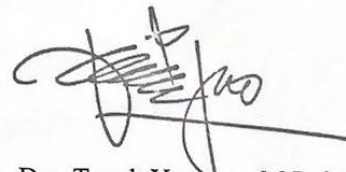
Semarang, Maret 2024

Dekan

Wakil Dekan



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP. 19690822.199403.1.003



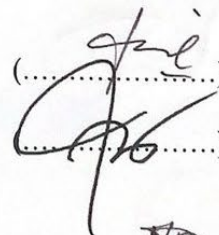
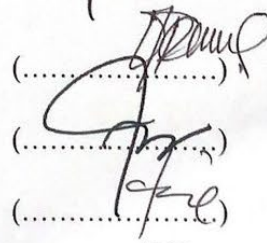
Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP. 19690822.199403.1.003

Dosen Pembimbing

1. Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M.AB
2. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si

Dosen Penguji

1. Dra. Apriatni Endang.P., MSi
2. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si.
3. Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M.AB


(.....)
(.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*I'don't care I'm not scared of love
Cause when I'm not with you I'm weaker
Is that so wrong? Is it so wrong?
That you make me strong*

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Orang tua, keluarga, kakak dan adikku yang tidak hentinya memberi support hingga titik ini.
2. Teman teman Redsoul, Silma dan Dian yang selama ini memberi dukungan dan bantuan selama bekerja di Semarang
3. Sahabat sejati genk, bebes balqist yang selalu menemani saya.
4. Davis, yang selalu memberi bantuan dan dukungan secara moril selama pengerjaan skripsi ini
5. Untuk Yohanes, Dita yang sudah menjadi teman baik sampai akhir titik perjuangan di kampus
6. Semua teman Administrasi Bisnis 2017 dan keluarga terdekat yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan dan dukungannya selama ini.

ABSTRAKSI

PENGARUH STORE ATMOSFER DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Indomaret Point Kota Lama Semarang)

Indomaret dan Alfamart adalah toko retail modern berukuran kecil atau minimarket yang sangat populer di Indonesia. Dua toko ini pun terus berekspansi setiap tahunnya. Dasar dari pengambilan keputusan pembelian adalah pertimbangan atas harga suatu produk yang ingin dibeli oleh konsumen. Indomaret melakukan penetapan harga yang disesuaikan dengan kualitas barang yang ditawarkan namun tetap dapat bersaing dengan perusahaan retail lainnya. Harga merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Harga jual pada hakikatnya merupakan tawaran kepada para konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh **Store Atmosfer Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen di Indomaret Point Kota Lama Semarang**. Tipe penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan sampel 60 responden. Pengumpulan data dilakukan secara online menggunakan google form. Penelitian ini menggunakan analisis uji validitas, reliabilitas, koefisien determinasi, regresi linear berganda, uji t, uji f dengan bantuan software SPSS 22.0.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dan terdapat pengaruh store atmosphere dan harga terhadap keputusan pembelian di Indomaret Point Kota Lama Semarang.

Berdasarkan hasil tersebut, diharapkan Indomaret lebih meningkatkan lagi store atmosphere toko dengan memberi minuman yang bermacam-macam varian, karena wilayah Kota Lama itu sebagai wilayah wisata maka akan banyak peminatnya.

Kata kunci: store atmoshphe, harga, keputusan pembelian.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE AND PRICE ON PURCHASING DECISIONS

(Study of Indomaret Point Consumers Kota Lama Semarang)

Indomaret and Alfamart are small modern retail stores or minimarkets that are very popular in Indonesia. These two shops continue to expand every year. The basis for making purchasing decisions is consideration of the price of a product that consumers want to buy. Indomaret sets prices that are adjusted to the quality of the goods offered but can still compete with other retail companies. Price is one of the main factors that influences purchasing decisions made by consumers. The selling price is essentially an offer to consumers.

This research aims to determine the influence of store atmosphere and price on purchasing decisions among consumers at Indomaret Point Kota Lama Semarang. The type of research used is quantitative with a sample of 60 respondents. Data collection was carried out online using Google Foem. This research uses analysis of validity, reliability, coefficient of determination, multiple linear regression, t test, f test with the help of SPSS 22.0 software.

The results of this research show that there is an influence of store atmosphere on purchasing decisions, there is an influence of price on purchasing decisions and there is an influence of store atmosphere and price on purchasing decisions at Indomaret Point Kota Lama Semarang.

Based on these results, it is hoped that Indomaret will further improve the store atmosphere by providing various types of drinks, because the Kota Lama area is a tourist area so there will be many people interested in it.

Keywords: store atmosphere, price, purchasing decisions.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Eha atas berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Store *Atmosfer* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Indomaret Point Kota Lama Semarang)”**. Tujuan penulisan ini untuk memenuhi syarat kelulusan Strata 1 program studi Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.

Peneliti menyadari bahwa naskah skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah memberi bantuan dan support secara moril terhadap penulis.

Izinkan dalam kesempatan ini peneliti menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, mendukung, dan memberi semangat diantaranya kepada:

1. Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin selaku Dekan dan Wakil Dekan Akademik dan Kemahasiswaan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang memberikan kesempatan bagi penulis untuk menyusun skripsi.
2. Dr. Hari Susanta Nugraha, S.Sos, M.Si selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Dosen Penguji yang telah memberikan kesempatan menyelesaikan skripsi dan meluangkan waktunya untuk menguji penulis.
3. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah memberikan kesempatan serta arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M.AB selaku Sekretaris Program Studi Administrasi Bisnis dan dosen pembimbing skripsi I yang telah memberikan arahan dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Departemen Administrasi Bisnis FISIP UNDIP yang telah memberikan ilmu untuk menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh responden yang telah bersedia mengisi kuesioner yang saya berikan.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik, saran serta masukan agar naskah skripsi ini dapat diperbaiki lagi dan bermanfaat bagi pembaca serta bagi penelitian selanjutnya.

Semarang, 13 Juni 2024

Penulis,

Ardan Assegaf

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)	Error!
Bookmark not defined.	
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAKSI.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	13
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	13
1.4 Landasan Teori.....	14
1.4.1 Perilaku Konsumen.....	14
1.4.2 Keputusan Pembelian	20
1.4.3 Atmosphere.....	26
1.4.4 Harga Produk.....	31
1.4.5 Hubungan Antar Variabel.....	35
1.5 Penelitian Terdahulu	37
1.6 Hipotesis.....	41
1.7 Definisi Konseptual dan Operasional.....	42
1.8 Uji Instrumen Penelitian	44
1.9 Metode Penelitian.....	45
1.9.1 Pendekatan.....	45
1.9.2 Lokasi Penelitian	45
1.9.3 Metode Pengumpulan Data	46

1.9.4 Populasi dan Sampel.....	48
1.9.5 Metode Analisis Data	50
BAB II GAMBARAN UMUM INDOMARET POINT DAN	
KARAKTERISTIK RESPONDEN	57
2.1 Sejarah Perkembangan Indomaret.....	57
2.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	61
2.2.1 Visi PT. Indomarco Prismaatama.....	61
2.2.2 Misi PT. Indomarco Prismaatama	61
2.3 Budaya Perusahaan PT. Indomarco Prismaatama	62
2.4 Logo Indomaret.....	62
2.5 Karakteristik Responden	63
2.5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin	63
2.5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan usia	64
2.5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan pendidikan	
terakhir.....	64
2.5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
2.5.5 Karaktersitik Responden berdasarkan Penghasilan.....	65
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	68
3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	68
3.1.2 Uji Validitas.....	68
3.1.3 Uji Reliablitas	70
3.2 Analisis dan Interpretasi Penelitian.....	71
3.2.1 Rekapitulasi Variabel Store Atmosphere.....	71
3.2.2 Rekapitulasi Variabel Harga (X2)	72
3.2.3 Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	72
3.3 Teknik Analisis Data.....	73
3.4 Pembahasan.....	83
3.4.1 Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan	
Pembelian	83

3.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	84
3.4.3 Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	86
BAB IV PENUTUP	88
4.1 Kesimpulan	88
4.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penelitian Terdahulu	37
Tabel 1.2	Skala Likert.....	47
Tabel 2.1	Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	64
Tabel 2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
Tabel 2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	66
Tabel 3.1	Uji Validitas Variabel <i>Store Atmosphere</i>	69
Tabel 3.2	Uji Validitas Variabel Harga	69
Tabel 3.3	Uji validitas variabel Keputusan Pembelian	70
Tabel 3.4	Tabel Hasil Uji Reliabilitas Store Atmosphere, Harga Dan Keputusan Pembelian	70
Tabel 3.5	Hasil Rekapitulasi Store Atmosphere	71
Tabel 3.6	Rekapitulasi Variabel Harga.....	72
Tabel 3.7	Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian.....	73
Tabel 3.8	Hasil uji Normalitas	73
Tabel 3.9	Hasil Output SPSS Uji Multikolinearitas	76
Tabel 3.10	Hasil Uji Multikolinearitas	76
Tabel 3.11	Hasil Output SPSS Uji Heterokedastisitas.....	77
Tabel 3.12	Hasil Output SPSS Uji Autokorelasi	77
Tabel 3.13	Hasil Output SPSS Uji Regresi Linear Berganda.....	78
Tabel 3.14	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	78
Tabel 3.15	Hasil Output Uji F.....	80
Tabel 3.16	Hasil ouput SPSS Uji T	81
Tabel 3.17	Hasil Output SPSS Uji Koefisien Determinasi	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 10 Toko Retail Modern dengan Gerai Terbanyak di Indonesia (2022).....	2
Gambar 1.2 Jumlah Gerai Indomaret dan Alfamart (2019-2022)	4
Gambar 1.3 Nilai Pendapatan Penjualan Indomaret dan Alfamart (2018-2022)...	5
Gambar 1.4 Kinerja Penjualan Eceran Umumnya Membaik, Kecuali di Semarang	6
Gambar 1.5 Model Atmosfer Toko	27
Gambar 1.6 Hipotesis Penelitian	41
Gambar 2.1 Logo Indomaret.....	62
Gambar 3.1 Normal P-Plot of Regresion Standarized Residual.....	74
Gambar 3.2 Hasil output SPSS Grafik Uji Normalitas.....	75