

SKRIPSI

Pengaruh *Promotion* Dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan

Pembelian Konsumen Terjebak Kopi Di Banjarbaru

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada

Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh:

Annisa Puspita

1910412220033



UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

BANJARMASIN

2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan

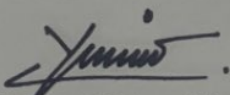
Pembelian Konsumen Terjebak Kopi Di Banjarbaru

- A. Nama Mahasiswa : Annisa Puspita
NIM : 1910412220033
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji:
- a. Pembimbing
Dr. Irwansyah, S.Sos, SH, M.Si
NIP. 197104201999031001
 - b. Penguji I
Prof. Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM
NIP. 197306161999031003
 - c. Penguji II
Rizki Muslim Hidayat, S.AB, M.AB
NIP. 19891207201712104001

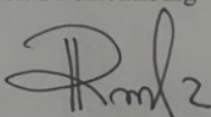
[.....]
[.....]
[.....]

Banjarmasin, 16 November 2023

Koordinator
Prodi Administrasi Bisnis

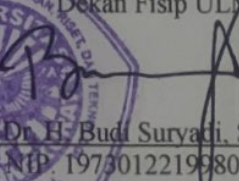

Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB
NIP. 197511052001122001

Ketua Pembimbing


Dr. Irwansyah, S.Sos, SH, M.Si
NIP. 197306161999031001

Mengetahui
Dekan Fisip ULM




Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP. 197301221998021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 6339/UN8.1.13/KP.10.00/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara/i :

1. Dr. Irwansyah, S.Sos, SH, M.Si
2. Prof. Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM
3. Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung
Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Annisa Puspita
NIM : 1910412220033
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Promotion dan Store Atmosphere Terhadap
Keputusan Pembelian Konsumen Terjebak Kopi di
Banjarbaru

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Rabu, 25 Oktober 2023
J a m : 15.00 Wita s.d Selesai
T e m p a t : Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 22 Oktober 2023
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021001



Catatan:

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah"
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSrE



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Rabu tanggal 25 bulan Oktober tahun 2023, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 6339/UN8.1.13/KP.10.00/2023 tanggal 22 Oktober 2023 untuk menguji skripsi :

Nama : Annisa Puspita
NIM : 1910412220033
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Promotion dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Terjebak Kopi di Banjarbaru
Tempat Ujian : Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 15.00 Wita s.d Selesai
Nilai : 81 (A)
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

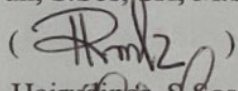
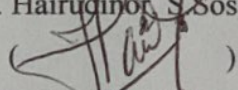
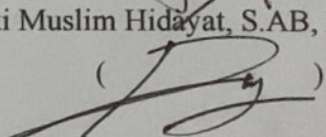
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 25 Oktober 2023

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Annisa Puspita

1. Ketua : Dr. Irwansyah, S.Sos, SH, M.Si
()
2. Sekretaris : Prof. Dr. H. Hairudinot, S.Sos, MM
()
3. Anggota : Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
()

Mengetahui/membenarkan :

a.n. Dekan

Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 19751105 200112 2 001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**DAFTAR NILAI RATA-RATA
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Annisa Puspita
NIM : 1910412220033
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Promotion dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Terjebak Kopi di Banjarbaru

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Dr. Irwansyah, S.Sos, SH, M.Si	83	
2.	Prof. Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM	80	
3.	Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM	80	
Jumlah		243	
Nilai Rata-rata		81	Nilai Akhir = A

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 25 Oktober 2023

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 - 100	A	4,00
77 - 79	A-	3,75
75 - 76	B+	3,50
70 - 74	B	3,00
66 - 69	B-	2,75
61 - 65	C+	2,50
55 - 60	C	2,00
50 - 54	D+	1,50
40 - 49	D	1,00
0 - 39	E	0



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI
MAHASISWA FISIP ULM**

Nama : Annisa Puspita
NIM : 1910412220033
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Promotion dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Terjebak Kopi di Banjarbaru

Nama Penguji I : Dr. Irwansyah, S.Sos, SH, M.Si

No.	Koreksi (Saran Perbaikan)		
1.	Latar Belakang		
2.	Tinjauan Pustaka / Kerangka Teori		
3.	Metode Penelitian		
4.	Hasil dan Pembahasan		
5.	Lain-lain		

LIHAT SKRIPSI

Banjarmasin, 25 Oktober 2023
Penguji I,

Dr. Irwansyah, S.Sos, SH, M.Si

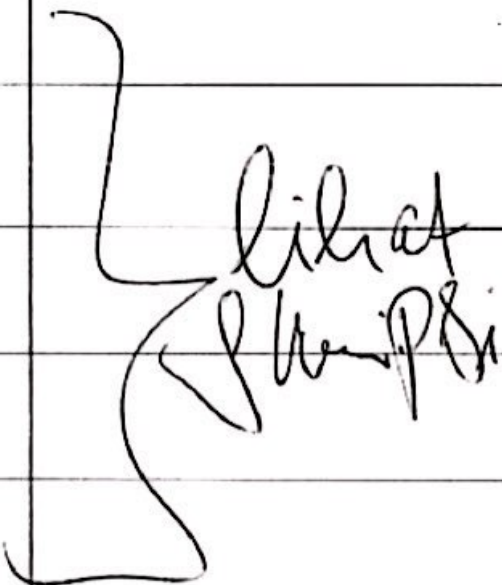


KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI
MAHASISWA FISIP ULM**

Nama : Annisa Puspita
NIM : 1910412220033
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Promotion dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Terjebak Kopi di Banjarbaru

Nama Penguji II : Prof. Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM

No.	Koreksi (Saran Perbaikan)		
1.	Latar Belakang		
2.	Tinjauan Pustaka / Kerangka Teori		
3.	Metode Penelitian		
4.	Hasil dan Pembahasan		
5.	Lain-lain		

Banjarmasin, 25 Oktober 2023
Penguji II


Prof. Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

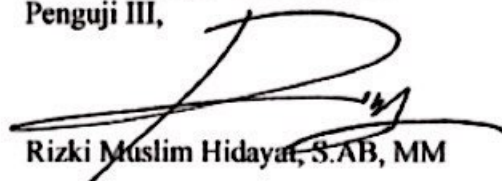
**BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI
MAHASISWA FISIP ULM**

Nama : Annisa Puspita
NIM : 1910412220033
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Promotion dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Terjebak Kopi di Banjarbaru

Nama Penguji III : Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM

No.	Koreksi (Saran Perbaikan)	
1.	Latar Belakang	
2.	Tinjauan Pustaka / Kerangka Teori	} lihat skripsi } Acc
3.	Metode Penelitian	
4.	Hasil dan Pembahasan	
5.	Lain-lain	

Banjarmasin, 25 Oktober 2023
Penguji III,


Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat sampai pada tahap ini dan menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh *Promotion Dan Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Terjebak Kopi Di Banjarbaru". Penulisan skripsi ini bertujuan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan dan petunjuk serta bantuan yang bermanfaat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat
3. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos., M.si, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berguna, hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sampai ditahap ini.
4. Bapak Prof. Dr. H. Hairudinor, S.Sos., MM, selaku dosen penguji 1 yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan masukan serta arahan baru untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Rizki Muslim Hidayat S.AB., MM, selaku dosen penguji 2 yang telah meluangkan waktunya jug untuk memberikan masukan serta arahan baru untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Owner dan Manager dari Terjebak Kopi Banjarbaru yang bersedia memberi informasi dan bersedia tempat usahanya dijadikan objek penelitian
7. Bapak, Ibu, Kaka, Adik, dan seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan serta do,a sehingga penulis memiliki motivasi menyelesaikan sampai ditahap ini.
8. Teman-teman yang selalu saling membantu dan mensupport satu sama lain agar cepat menyelesaikan skripsi ini
9. Aditya yang selalu memberikan dorongan agar secepatnya menyelesaikan skripsi ini

Penulis menyadari skripsi ini masih belum sempurna karena keterbatasan penulis, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat penulis harapkan demi skripsi yang lebih baik dan dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca. bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Martapura, 12 April 2023

Annisa Puspita

NIM. 1910412220033

ABSTRAK

Annisa Puspita, 1910412220033, 2023. Pengaruh *Promotion* dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Terjebak Kopi di Banjarbaru, di bawah bimbingan Irwansyah.

Menjamurnya kedai kopi di Indonesia membuat pemiliknya harus memiliki strategi yang dapat menarik minat pembelinya. Terjebak Kopi merupakan salah satu kedai kopi yang berusaha menarik minat konsumennya dengan melakukan promosi ataupun membangun suasana toko yang menarik minat para konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial dan simultan *Promotion* dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Terjebak Kopi di Banjarbaru.

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survey dan tipe penelitian eksplanatori. Lokasi penelitian bertempat di Terjebak Kopi yang beralamatkan di jalan Pangeran Hidayatullah No. 25 RT. 003 RW. 002 Kelurahan Komet Kecamatan Banjarbaru Utara Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan. Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 100 responden menggunakan Teknik *Purposive Sampling*. Pengumpulan data melalui kuesioner dengan skala likert. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan SPSS versi 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Promotion* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Terjebak Kopi Banjarbaru, *Store Atmosphere* berpengaruh tidak signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Terjebak Kopi Banjarbaru, dan *Promotion* dan *Store Atmosphere* berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Terjebak Kopi Banjarbaru.

Kata kunci: *promotion, store atmosphere, keputusan pembelian*

ABSTRACT

Annisa Puspita, 1910412220033, 2023. The Effect of Promotion and Store Atmosphere on Consumer Purchasing Decisions Terjebak Coffee in Banjarbaru, under the guidance of Irwansyah.

The proliferation of coffee shops in Indonesia means that owners must have a strategy that can attract buyers. Terjebak Kopi is a coffee shop that tries to attract the interest of its consumers by carrying out promotions or building a shop atmosphere that attracts consumers' interest.

This research aims to examine the partial and simultaneous effect of Promotion and Store Atmosphere on the Purchase Decisions of Terjebak Coffee Consumers in Banjarbaru.

This research approach uses a quantitative approach with survey design and explanatory research type. The research location at Terjebak Coffee which is located at Jalan Pangeran Hidayatullah No. 25 RT. 003 RW. 002 Komet Village, North Banjarbaru District, Banjarbaru City, South Kalimantan Province. The number of samples studied was 100 respondents using Purposive Sampling Technique. Data was collected through a questionnaire with a Likert scale. The analysis technique uses multiple linear regression analysis with SPSS version 23.

The results of the research show that Promotion has a partially significant effect on consumer Purchasing Decisions in Terjebak Coffee Banjarbaru, Store Atmosphere has a partially insignificant effect on consumer Purchasing Decisions in Terjebak Kopi Banjarbaru, and Promotion and Store Atmosphere have a simultaneous (together) effect on Purchasing Decisions consumers in Terjebak Coffee Banjarbaru.

Keywords: *promotion, store atmosphere, purchase decision*

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di publikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku

Martapura, 20 November 2023

pernyataan,

Annisa Puspita
1910412220033

2.1.2.3 Jenis Perilaku Konsumen	21
2.1.3 <i>Promotion</i>	22
2.1.3.1 Pengertian.....	22
2.1.3.2 Tujuan Promosi	24
2.1.3.3 Bauran Promosi.....	25
2.1.3.4 Indikator Promosi.....	38
2.1.4 <i>Store Atmosphere</i>	39
2.1.4.1 Pengertian.....	39
2.1.4.2 Elemen <i>Store Atmosphere</i>	40
2.1.4.3 Karakteristik <i>Store Atmosphere</i>	41
2.1.4.4 Indikator <i>Store Atmosphere</i>	43
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	48
2.1.5.1. Pengertian.....	48
2.1.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	49
2.1.5.3 Komponen Keputusan Pembelian	54
2.1.5.4 Langkah-Langkah Dalam Keputusan Pembelian.....	56
2.1.5.5 Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian	57
2.1.5.6 Indikator Keputusan Pembelian	59
2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu	60
2.3. Hipotesis dan Model Penelitian.....	67
2.3.1 Hipotesis	67
2.3.2 Model Penelitian.....	71

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	72
3.1. Pendekatan Penelitian	72
3.2. Desain Penelitian.....	72
3.3. Lokasi Penelitian	72
3.4. Populasi, Besar Sampel, dan Teknik Sampling.....	73
3.4.1 Populasi	73
3.4.2 Besar Sampel.....	73
3.4.3 Teknik Sampling	74
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	75
3.5.1 Variabel Independen.....	75
3.5.2 Variabel Dependen	81
3.6. Teknik Pengumpulan Data	84
3.7. Uji Asumsi Klasik	85
3.7.1 Uji Normalitas	85
3.7.2 Uji Heteroskedastisitas	85
3.7.3 Uji Multikolienaritas	86
3.8. Teknik Analisa Data.....	86
3.8.1 Skala Pengukuran	86
3.8.2 Deskriptif Statistik.....	87
3.8.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	87
3.8.3.1 Uji Validitas	87
3.8.3.2 Uji Reliabilitas	88
3.8.4 Uji Persyaratan Analisis.....	88

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	88
3.9. Alat Uji Hipotesis	89
3.9.1 Uji Parsial (Uji t)	89
3.9.2 Uji Simultan (Uji f)	90
3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2)	90
BAB IV. Hasil Penelitian	91
4.1 Profil Responden.....	91
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	91
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	92
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	92
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	93
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Promotion</i> (X1)	94
4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X2)	97
4.2.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	100
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	104
4.3.1 Uji Validitas	104
4.3.2 Uji Reliabilitas	105
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	106
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	106
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	108
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	109

4.5	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	110
4.6	Hasil Uji Hipotesis	112
4.6.1	Uji t (Parsial)	112
4.6.2	Uji f (Simultan)	113
4.6.3	Uji R ² (Koefisien Determinasi)	115
BAB V Hasil Pembahasan		116
5.1	Pembahasan.....	116
5.1.1	Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap Keputusan Pembelian	116
5.1.2	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	116
5.1.3	Pengaruh <i>Promotion</i> dan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	117
5.2	Implikasi Hasil Penelitian	118
5.2.1	<i>Promotion</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	118
5.2.2	<i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	119
5.2.3	<i>Promotion</i> dan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	119
5.3	Keterbatasan Penelitian	120
BAB VI PENUTUP		121
6.1	Kesimpulan	121
6.2	Saran	121
DAFTAR PUSTAKA.....		123
LAMPIRAN		