

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA,
LOKASI DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus pada Alfamidi Raya Pramuka)**

SKRIPSI

**WIDIA HAYUNING TIAS
2114500370**



**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA,
LOKASI DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus pada Alfamidi Raya Pramuka)**

SKRIPSI

**WIDIA HAYUNING TIAS
2114500370**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA, LOKASI DAN *STORE*
ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus pada Alfamidi Raya Pramuka)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, Juli 2019



Widia Hayuning Tias

NPM 2114500370

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA, LOKASI DAN *STORE*
ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus pada Alfamidi Raya Pramuka)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Dr. Dian Surya Sampurna., SE., MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

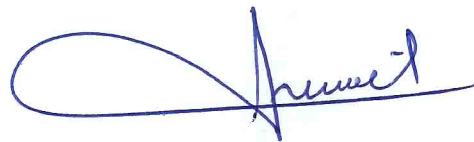
Jakarta, Juli 2019

Pembimbing,

Kepala Prodi S-1 Manajemen,



Dr. Dian Surya Sampurna., SE., MM



Drs. Sumitro, M.Sc





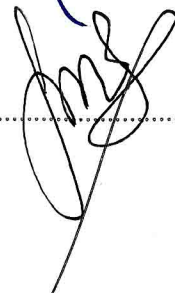
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA, LOKASI
DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN
(Studi Kasus pada Alfamidi Raya Pramuka)**

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia , pada tanggal 20 Maret 2019 dengan nilai **B+**

Panitia Ujian Skripsi

1. ; Drs. Sumitro, M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2. ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc
(Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen)
3. ; Dr. Dian Surya Sampurna., SE., MM
(Pembimbing)
4. ; Drs. Imron HR, MM
(Anggota Penguji)
5. ; Drs. Subekti S.Hadi, M.Sc
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Dr. Dian Surya Sampurna., SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs, Sumitro, MSc selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi.
3. Bapak Drs. Ridwan Marongrong, MSc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Bapak H. Agustian Burda, B.S.B.A., M.B.A. selaku Ketua Yayasan Pendidikan Fatahillah Jakarta.
5. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia atas ilmu yang telah diberikan selama peneliti menyelesaikan studi.
6. Pihak Alfamidi Raya Pramuka Bekasi yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang penulis perlukan.
7. Orang tua yang selalu mendukung dan mendoakan pengorbanan selama kuliah.
8. Sahabatku dan teman yang sudah menjadi motivator pribadi tanpa henti memberikan dukungan dan semangat untuk berusaha lebih baik dan bekerja lebih keras.
9. Bos dan teman-teman dikantor yang telah mendukung, memberikan semangat dan izin selama menyelesaikan skripsi.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak kekurangan dan kelemahan baik secara penulisan maupun yang lainnya. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan penelitian ini.

Jakarta, Juli 2019



Widia Hayuning Tias
NPM 2114500370

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Widia Hayuning Tias
NPM : 2114500370
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Non eksklusif *Non exclusive Royalty- Free Right*** atas skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA, LOKASI DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Alfamidi Raya Pramuka)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 20 Maret 2019

Yang menyatakan,



Widia Hayuning Tias

Widia Hayuning Tias

Dosen Pembimbing :

NPM 2114500370

Dr. Dian Surya Sampurna., SE., MM

Program Studi S-1 Manajemen

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, LOKASI, HARGA DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus pada Alfamidi Raya Pramuka)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, harga, lokasi dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada Alfamidi Raya Pramuka.

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Alfamidi Raya Pramuka. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sumber data penelitian ini merupakan data primer dan sekunder. Metoda analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah PLS dengan program SmartPLSversi 3.0 dievaluasi dengan *outer model* dan *inner model*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwakeragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Alfamidi Raya Pramuka, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Alfamidi Raya Pramuka, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian terhadap pada Alfamidi Raya Pramuka, dan *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Alfamidi Raya Pramuka. Nilai *R square* sebesar 0,760 menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh keragaman produk, harga, lokasi dan *store atmosphere* sebesar 76% sedangkan sisanya sebanyak 24% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel bebas dalam penelitian yaitu keragaman produk, harga, lokasi dan *store atmosphere* mempengaruhi keputusan pembelian pada Alfamidi Raya Pramuka.

Kata Kunci : keragaman produk, harga, lokasi, *store atmosphere* dan keputusan pembelian

<p>Widia Hayuning Tias NPM 2114500370 Study Program S-1 Manajemen</p>	<p>Under The Advisor Of : Dr. Dian Surya Sampurna., SE., MM</p>
<p>THE INFLUENCE OF PRODUCT DIFFERENTIATION, PRICE, LOCATION, STORE ATMOSPHERE TO PURCHASE DECISIONS (A Case Study on Alfamidi Raya Pramuka)</p>	
<p>ABSTRACT</p> <p>This research aims to determine the influence of product differentiation, price, location and store atmosphere on the purchase decisions (A case study on Alfamidi Raya Pramuka).</p> <p>The strategy used in this research is is associative strategy. The population in this research are consumers who purchase on Alfamidi Raya Pramuka. The sample in this research are 100 respondents. Method of collecting the data using the questionnaires. The data used in this research are the primary data and secondary data. Processing of data in this research using multiple regression analysis by PLS with the program SmartPLS version 3.0 and tested with the outer model and inner model.</p> <p>The result showed that the product differentiation variable have a positive and significant effect on purchasing decisions on Alfamidi Raya Pramuka, price variable have a positive and significant effect on purchasing decisions on Alfamidi Raya Pramuka, locations variable have a positive and significant effect on purchasing decisions on Alfamidi Raya Pramuka, and store atmosphere have a positive and significant effect on purchasing decisions on Alfamidi Raya Pramuka. The R square value of 0.760 shows that purchasing decisions are influenced by the product differentiation, price, locations and store atmosphere by 76% while the remaining 24% is influenced by other variable.</p> <p>Conclusions of this study indicate that all independent variables in the study are product differentiation, price, location, store atmosphere influence on purchase decisions on Alfamidi Raya Pramuka.</p>	
<p><i>Keywords: product differentiation, price, location, store atmosphere and purchase decisions</i></p>	

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1. Review Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori	13
2.2.1. Pengertian Pemasaran	13
2.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	13
2.2.3. Bauran Pemasaran	14

2.2.4. Keragaman Produk	15
2.2.4.1. Pengertian Produk	15
2.2.4.2. Pengertian Keragaman Produk	16
2.2.4.3. Indikator Keragaman Produk	17
2.2.5. Harga	18
2.2.5.1. Pengertian Harga	18
2.2.5.2. Indikator Harga	19
2.2.6. Lokasi	19
2.2.6.1. Pengertian Lokasi	19
2.2.6.2. Indikator Lokasi	20
2.2.7. <i>Store Atmosphere</i>	21
2.2.7.1. Pengetian <i>Store Atmosphere</i>	21
2.2.7.2. Indikator <i>Store Atmosphere</i>	22
2.2.8. Keputusan Pembelian.....	23
2.2.8.1. Pengertian Keputusan Pembelian	23
2.2.8.2. Faktor-faktor Keputusan Pembelian	25
2.2.8.3. Indikator Keputusan Pembelian	26
2.3. Hubungan antar Variabel Penelitian	27
2.3.1. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian	27
2.3.2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	27
2.3.3. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian	28
2.3.4. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian	28
2.4. Pengembangan Hipotesis	28
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	29
BAB III METODA PENELITIAN.....	31
3.1. Strategi Penelitian	31
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	31
3.2.1. Populasi Penelitian	31
3.2.2. Sampel Penelitian.....	32

3.3.	Data dan Metode Pengumpulan Data.....	33
3.3.1.	Jenis dan Sumber Data	33
3.3.2.	Metoda Pengumpulan Data	33
3.4.	Operasional Variabel.....	35
3.4.1.	Variabel Eksogen	35
3.4.2.	Variabel Endogen.....	35
3.5.	Metoda Analisis Data.....	39
3.5.1.	Pengolahan Data.....	39
3.5.2.	Analisa Outer Model	39
3.5.3.	Analisa Inner Model	40
3.5.4.	Pengujian Hipotesis	41
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1.	Deskripsi Obyek Penelitian.....	43
4.1.1.	Sejarah Alfamidi	43
4.1.2.	Visi dan Misi Alfamidi	44
4.2.	Deskripsi Responden	45
4.3.	Deskripsi Data.....	48
4.3.1.	Variabel Keragaman Produk	49
4.3.2.	Variabel Harga	49
4.3.3.	Variabel Lokasi	50
4.3.4.	Variabel <i>Store Atmosphere</i>	51
4.3.5.	Variabel Keputusan Pembelian	52
4.4.	Analisis PLS	53
4.4.1.	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	53
4.4.2.	Pengujian Model Struktural (Inner Model)	57
4.4.3.	Pengujian Hipotesis	60
4.4.4.	Pembahasan	62
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1.	Kesimpulan	65

5.2.Saran.....	65
DAFTAR REFERENSI	67
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Skor Skala <i>Likert</i>	34
Tabel 3.2. Indikator Keragaman Produk	36
Tabel 3.3. Indikator Harga	36
Tabel 3.4. Indikator Lokasi	37
Tabel 3.5. Indikator <i>Store Atmosphere</i>	37
Tabel 3.6. Keputusan Pembelian	38
Tabel 4.1. Perhitungan Angka Indeks Variabel Keragaman Produk (X_1)	49
Tabel 4.2. Perhitungan Angka Indeks Variabel Harga (X_2)	50
Tabel 4.3. Perhitungan Angka Indeks Variabel Lokasi (X_3)	50
Tabel 4.4. Perhitungan Angka Indeks Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X_4).....	51
Tabel 4.5. Perhitungan Angka Indeks Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	52
Tabel 4.6. Nilai AVE	55
Tabel 4.7. Validitas Diskriminan	56
Tabel 4.8. Reliabilitas Konstruksi	57
Tabel 4.9. Q^2 <i>Predictive Relevance</i>	58
Tabel 4.10. Hasil Uji <i>Goodness Of Fit Model</i>	58
Tabel 4.11. Nilai <i>F Square</i>	59
Tabel 4.12. Nilai <i>R Square</i>	59
Tabel 4.13. Hasil Uji Signifikansi.....	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Penjualan Alfamidi Raya Pramuka Tahun 2016-2018.....	2
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	29
Gambar 4.1. Jenis Kelamin Responden	45
Gambar 4.2. Usia Responden	46
Gambar 4.3. Pekerjaan Responden	47
Gambar 4.4. Pendidikan Responden	47
Gambar 4.5. Hasil Estimasi Model PLS (Algorithm)	54
Gambar 4.6. Hasil Estimasi Model PLS (Bootstrapping)	60

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1.** Lembar Kuesioner
- Lampiran2.** Data Penelitian
- Lampiran3.** Output SmartPLS
- Lampiran 4.** Surat Keterangan Riset
- Lampiran 5.** Daftar Riwayat Hidup