

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PERSEPSIAN PRODUK
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN *DISTRO 308 ABSOLUTE UNSCARED YOGYAKARTA***

***THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, PERCEIVED QUALITY
AND PERCEIVED PRICE ON CONSUMER PURCHASE DECISION
AT 308 ABSOLUTE UNSCARED YOGYAKARTA***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh :

WAHYU PUTRA PRATAMA

20150410273

**PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2019**

SKRIPSI

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PERSEPSIAN PRODUK
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN *DISTRO 308 ABSOLUTE UNSCARED YOGYAKARTA***

***THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, PERCEIVED QUALITY
AND PERCEIVED PRICE ON CONSUMER PURCHASE DECISION
AT 308 ABSOLUTE UNSCARED YOGYAKARTA***

Diajukan oleh

Wahyu Putra Pratama

20150410273

Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing

Dr. Susanto.,MS.
NIK.195212231980031003

Tanggal, 29 -01-2019

SKRIPSI

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PERSEPSIAN PRODUK
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN *DISTRO 308 ABSOLUTE UNSCARED YOGYAKARTA***

***THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, PERCEIVED QUALITY
AND PERCEIVED PRICE ON CONSUMER PURCHASE DECISION
AT 308 ABSOLUTE UNSCARED YOGYAKARTA***

Diajukan oleh:

**WAHYU PUTRA PRATAMA
20150410273**

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 26-02-2019

Yang terdiri dari

Indah Fatmawati, DR., M.Si.
NIK. 19621015198904143006

Ketua Tim Penguji

DR.Susanto, M.S

Tim Penguji

Hasnah Rimiyati,Dra., M.Si
Tim Penguji

Mangetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Rizal Yaya, S.E M. Sc., Ph. D., Ak., CA
NIK : 197312181999143068

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Wahyu Putra Pratama

Nomor Mahasiswa : 20150410273

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Persepsian Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Distro 308 Absolute Unscared Yogyakarta (Studi Kasus Distro 308 Absolute Unscared Yogyakarta)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 26-02-2019

Wahyu Putra Pratama

MOTTO

BARANG SIAPA YANG BERSUNGGUH-SUNGGUH

PASTI IA AKAN MENDAPAT

(sajak: Imam Al qooriy)

DAN BARANG SIAPA YANG MENANAM

PASTI IA AKAN MEMETIK

(sajak: Imam Al qooriy)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, adalah kata yang sangat pantas diucapkan atas segala karunia Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran atas segala rintangan yang ada, sehingga sampai saat ini penulis mampu untuk menyelesaikan skripsi ini. Dengan penuh kerendahan hati, maka skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Orangtua tercinta dari penulis, yaitu Muhammad Konip dan Ibunda Prihartini.
Penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya karena atas segala do'a, dukungan, dan bimbingan-nyalah semua ini dapat tercapai.
2. Dosen pembimbing skripsi yang senantiasa sabar dalam membimbing penulis hingga terselesaikannya tugas akhir skripsi ini.
3. Seluruh keluarga besar akademisi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah menjadi bagian dari keluarga besar dalam hidup penulis.
4. Untuk sahabat saya Matfuah Kurniawati yang selalu membantu dan memberikan motivasi dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Teman-teman penulis yang selalu menemani dan mendukung penulis hingga saat ini.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel store atmosphere, kualitas persepsian produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini dilakukan pada Distro 308 *Absolute Unscared* Yogyakarta dengan jumlah sampel 105 responden dengan teknik *purposive sampling non random sampling* dengan metode Regresi Linier Berganda yang diolah menggunakan program SPSS 16.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa store atmosphere, kualitas persepsian produk dan persepsi harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen *distro 308 absolute unscared yogyakarta*, *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen *distro 308 absolute unscared yogyakarta*, kualitas persepsian produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen *distro 308 absolute unscared yogyakarta*, dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen *distro 308 absolute unscared yogyakarta*.

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, Kualitas Persepsian Produk, Persepsi Harga, Keputusan pembelian Konsumen.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of store atmosphere, product perceived quality and perceived price variables on consumer's purchase decision.

This research was conducted at 308 Absolute Unscared store in Yogyakarta with a sample of 105 respondents by purposive sampling and non-random sampling technique with a Multiple Linear Regression method which was processed using the SPSS 16.0 program.

The results of this study indicated that store atmosphere, product perceived quality and perceived price jointly influenced the consumer's purchase decisions at 308 absolute unscared store Yogyakarta, store atmosphere had a positive and significant influence on consumer's purchase decisions at 308 absolute unscared store Yogyakarta, product perceived quality did not influence the consumer's purchase decisions at 308 absolute unscared store Yogyakarta, and price perceptions had a positive and significant influence on consumer's purchase decisions at 308 absolute unscared store Yogyakarta.

Keywords : *Store Atmosphere, Product Perceived Quality, Perceived Price, Consumer purchasing Decision.*

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Persepsian Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Distro 308 Absolute Unscared* Yogyakarta”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Rizal Yaya, Ph.D., M.Sc., AK., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memimpin fakultas tempat penulis menuntut ilmu.
2. Ibu Dra. Retno Widowati, PA, M.Si, Ph.D, selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memimpin prodi tempat penulis menuntut ilmu.
3. Dr. Susanto.,MS selaku Dosen pembimbing skripsi yang selalu sabar dalam membimbing penulis.
4. Segenap Dosen Pengajar di Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah menjadi guru tempat penulis menuntut ilmu.
5. Staff Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah berjasa menyelenggarakan program yang ada di staff prodi Manajemen.
6. Staff Laboratorium Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah berjasa menyelenggarakan program yang ada di laboratorium prodi Manajemen.
7. Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah berjasa menyelenggarakan dan membantu terkait penyelenggaraan perkuliahan penulis.
8. Seluruh rekan mahasiswa/i Program Studi Manajemen 2015, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang selalu mendukung selama masa perkuliahan maupun proses pembuatan skripsi berlangsung.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis, yang pastinya tidak bisa disebutkan satu persatu.
10. Ayah dan Ibu serta saudara-saudara yang senantiasa telah memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan tambahan ilmu kepada para pembaca. Semoga pihak-pihak para pembantu dalam penulisan skripsi ini dapat di balas banyak banyak kebaikan. Amin ya Rabbal'alam

Yogyakarta, 2019

Penulis

Wahyu Putra Pratama

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------------------------------|
| HALAMAN JUDUL..... | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING..... | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | iiiv |
| HALAMAN MOTTO..... | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | vi |
| INTISARI..... | vii |
| ABSTRACT..... | viii |
| PERSEMBAHAN..... | x |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | Error! Bookmark not defined. |
| A. Latar Belakang Penelitian..... | Error! Bookmark not defined. |
| B. Rumusan Masalah..... | Error! Bookmark not defined. |
| C. Tujuan Penelitian..... | Error! Bookmark not defined. |
| D. Manfaat Penelitian..... | Error! Bookmark not defined. |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | Error! Bookmark not defined. |
| A. Landasan Teori..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1. <i>Store Atmosphere</i> | 6 |
| 2. Kualitas Persepsian Produk..... | 17 |
| 3. Persepsi Harga..... | 20 |
| 4. Keputusan Pembelian Konsumen..... | 22 |
| B. Hasil Penelitian Terdahulu..... | Error! Bookmark not defined. |
| C. Hipotesis..... | Error! Bookmark not defined. |

| | |
|---|-------------------------------------|
| D. Model Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | Error! Bookmark not defined. |
| A. Objek Subjek Populasi dan Sampel Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| B. Teknik Pengambilan Sampel..... | Error! Bookmark not defined. |
| C. Jenis Data | Error! Bookmark not defined. |
| D. Teknik Pengumpulan Data..... | Error! Bookmark not defined. |
| E. Defenisi Operasional Variabel Penelitian ... | Error! Bookmark not defined. |
| F. Uji Kualitas Instrumen | Error! Bookmark not defined. |
| G. Analisis Data dan Uji Hipotesis | Error! Bookmark not defined. |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | Error! Bookmark not defined. |
| A. Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian..... | Error! Bookmark not defined. |
| B. Uji Kualitas Instrumen dan Data..... | Error! Bookmark not defined. |
| C. Hasil Analisis Data..... | Error! Bookmark not defined. |
| D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis) | 64 |
| E. Pembahasan..... | Error! Bookmark not defined. |
| BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN | Error! Bookmark not defined. |
| A. Simpulan | Error! Bookmark not defined. |
| B. Keterbatasan Peneliti..... | Error! Bookmark not defined. |
| C. Saran..... | Error! Bookmark not defined. |
| DAFTAR PUSTAKA | Error! Bookmark not defined. |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | 77 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu | 23 |
| Tabel 3. 1 Skala Likert lima poin..... | 35 |
| Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas..... | 49 |
| Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas | 50 |
| Tabel 4. 3 Hasil Uji Normalitas | 51 |
| Tabel 4. 4 Hasil Uji Analisis Deskriptif <i>Store Atmosphere</i> | 53 |
| Tabel 4. 5 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel <i>Store Atmosphere</i> | 54 |
| Tabel 4. 6 Kategori Variabel <i>Store Atmosphere</i> | 55 |
| Tabel 4. 7 Hasil Uji Analisis Deskriptif Kualitas Persepsian Produk..... | 56 |
| Tabel 4. 8 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Persepsian Produk..... | 57 |
| Tabel 4. 9 Kategori Variabel Kualitas Persepsian Produk..... | 58 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Analisis Deskriptif Persepsi Harga..... | 59 |
| Tabel 4. 11 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Harga..... | 60 |
| Tabel 4. 12 Kategori Variabel Persepsi Harga..... | 61 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian Konsumen | 62 |
| Tabel 4. 14 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian..... | 63 |
| Tabel 4. 15 Kategori Variabel Keputusan Pembelian Konsumen..... | 64 |
| Tabel 4. 16 Uji Hipotesis (Uji F) | 65 |
| Tabel 4. 17 Uji Regresi Linier Berganda | 66 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|------------------------------------|----|
| Gambar 2. 1 Model Penelitian | 30 |
|------------------------------------|----|

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian | 78 |
| Lampiran 2 Tabulasi Data | 83 |
| Lampiran 3 Hasil Uji Validitas | 99 |
| Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas..... | 108 |
| Lampiran 5 Hasil Uji Analisis Deskriptif | 110 |
| Lampiran 6 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda | 114 |

