

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *PROMOTION*
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
BUPALA COFFE SHOP
MEDAN**



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN**

2024

**THE EFFECT OF *STORE ATMOSPHERE, PROMOTION*
AND WORD OF MOUTH ON BUYING DECION OF
BUPALA *COFFEE SHOP* MEDAN**

FINAL RESEARCH




UNIVERSITAS
MIKROSKIL

**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
FACULTY OF BUSINESS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN**

2024

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE, PROMOTION*
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
COFFEE SHOP BUPALA
MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh :

HARIYATI MISSIONA PASARIBU

NIM. 207110646

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS
MIKROSKIL


Nasrul Efendi, S.E., M.Si.

Medan, 11 Juli 2024

Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi


UNIVERSITAS
MIKROSKIL


Suci Pertiwi, S.E., M.Si.

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program studi S-1 Manajemen Universitas Mikroskil Medan dengan identitas Mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Hariyati Missiona Pasaribu
NIM : 207110646
Peminatan : Manajemen Bisnis

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan Judul dan tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Store Atmosfer, Promotion* dan *Word Of Mouth*
Terhadap Keputusan Pembelian pada *Bupala Coffe Shop*
Medan
Tempat Penelitian : Coffee Shop Bupala Medan
Alamat Penelitian : Jalan Perjuangan, Amplas.

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya.** Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengahlimedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel dan buku.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan,

Saya yang membuat pernyataan,



(Hariyati Missiona Pasaribu)
NIM. 207110646

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Store Atmosfer, Promotion, Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Bupala Medan. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 96 konsumen dengan pengambilan sampel *Probability Sampling* dengan pendekatan metode *Simpel random sampling*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Metode pengumpulan data yang dilakukan yaitu studi lapangan (*Field Research*) dan studi kepustakaan (*Library Research*). Hasil penelitian menunjukkan pengujian secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa ada 2 variabel yang tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu variabel *promotion* dan *word of mouth*, sedangkan variabel *store atmosfer* menunjukkan adanya pengaruh terhadap keputusan pembeli pada Coffee Shop Bupala Medan. Selanjutnya, hasil secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa ketiga variabel independen (*Store Atmosfer*, *Promotion* dan *Word Of Mouth*) berpengaruh terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian). *Adjusted r square* yang diperoleh sebesar 90,4% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya yaitu 9,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Store Atmosfer, Promotion, ElectronicWord Of Mouth, Keputusan Pembelian*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This research aims to determine and analyze the influence of Store Atmosphere, Promotion, Word of Mouth on Purchasing Decisions at the Bupala Medan Coffee Shop. This research used a sample of 96 consumers using probability sampling using simple random sampling. This research uses the multiple linear regression method. The data collection methods used were field studies (Field Research) and literature studies (Library Research). Partial testing (t test) shows that there are 2 variables that have no influence on purchasing decisions, namely the promotion and word of mouth variables, while the store atmosphere variable shows that there is an influence on buyers' decisions at the Bupala Coffee Shop in Medan. Furthermore, simultaneous results (F Test) show that the three independent variables (Store Atmosphere, Promotion and Word Of Mouth) influence the dependent variable (Purchase Decision). The adjusted r square obtained was 90.4% of purchasing decisions, while the remaining 9.6% was influenced by other variables not examined in this research.

Keywords : Store Atmosphere, Promotion, Electronic Word Of Mouth, Buying Decisions

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Pengaruh Store Atmosfer, Promotion dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop Bupala Medan” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, motivasi, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini, penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Nasrul Efendi, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, saran, bimbingan serta motivasi yang berharga baik di dalam menempuh studi selama perkuliahan maupun selama penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Suci Pertiwi, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Pendamping sekaligus Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan yang telah bersedia meluangkan waktu, saran, bimbingan serta motivasi yang berharga baik di dalam menempuh studi selama perkuliahan maupun selama penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Hardy, S.Kom., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan
4. Ibu Agustina, S.Kom., M.Si., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan
5. Ibu Litka Tiadoraria Br. Ginting, S.M., M.Si. selaku Dosen Wali Program Studi Manajemen Kelas MN-A pagi yang telah meluangkan waktu, saran dan pengarahan yang berharga sehingga penulis dapat lebih semangat serta termotivasi.
6. Seluruh Dosen dan Staf Universitas Mikroskil Medan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan motivasi bagi penulis.
7. Orang tua penulis, kepada kedua orangtua terkasih Bapak Harapan Pasaribu (+) dan Ibu Megawati Sarmaulina Manalu (+), gelar ini untuk kalian berdua yang telah membesarkan dan tidak pernah lelah untuk mendidik saya serta selalu memberikan doa, dukungan atau kasih sayang serta perhatian yang tak terhingga.
8. Coffee Shop Bupala Medan dan seluruh responden, penulis menyampaikan terimakasih

9. Kepada yang tersayang, Lovinca Family, Yemima Family, ito-ito ku Harris Medio Pasaribu dan Hardian Matius Pasaribu, terimakasih buat segala dukungan dan kepercayaan kalian untuk ku.
10. Kepada abang jumpa gede, Sejahtera Giovani Naibaho, S.H., M.H., terimakasih sudah selalu menemani suka duka dalam pengerjaan skripsi ini.
11. Kepada adik-adik manja mengkek kakaknya, Nanda, Elak, Anggi dan Lilis, terimakasih buat semangat dan kepercayaan kalian buat kakak.
12. Kepada Deli Tua Squad, kak friska, kak thika, bang rahmad, kak selly, bang dedy, bang sutresno, dan adik ku riska, terimakasih buat momen di segala musim.
13. Terkhusus untuk kakak ku termanis, Ezra Monica Siregar, S.M., kakak paling berpengalamanku. Terimakasih kak untuk segala dukungan dan ilmu tentang perskripsian ini, sukses dan sehat selalu untuk kakak.
14. Kepada keluarga besar organisasi Ikatan Mahasiswa Manajemen dan Mikroskil Singing Club, sekaligus sebagai teman-teman penulis dalam menumbuhkan dan mengembangkan karakter di dunia organisasi.
15. Pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi tersebut masih terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

Medan,
Penulis,

(Hariyati Missiona Pasaribu)
NIM. 207110646

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Ruang Lingkup.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
1.6. Originalitas Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1. Pengertian Pemasaran	10
2.1.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.1. 2 Bauran Pemasaran.....	12
2.1.2. Keputusan Pembelian.....	15
2.1.3. Store Atmosfer.....	17
2.1.4. Promotion.....	21
2.1.5. Word Of Mouth.....	24
2.2. Review Penelitian Terdahulu	26
2.3. Kerangka Konseptual.....	27
2.4. Pengembangan Hipotesis	28
2.4.1. Pengaruh Store Atmosfer terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop Bupala Medan	28
2.4.2. Pengaruh Promotion terhadap Keputusan pembelian Coffee Shop Bupala BupalaMedan	29

2.4.3. Pengaruh Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop Bupala Medan.....	30
2.4.4. Pengaruh Store Atmosfer, Promotion, Sowrd Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop Bupala Medan	30
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1. Jenis Penelitian.....	31
3.2. Objek Penelitian.....	31
3.3. Populasi dan Sampel	31
3.3.1. Populasi.....	31
3.3.2. Sampel	32
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	33
3.4.1. Penelitian Lapangan.....	34
3.4.2. Studi Kepustakaan	35
3.5. Definisi Oprasional Variabel	36
3.6. Metode Analisis Data.....	37
3.6.1. Statistik Deskriptif.....	38
3.6.2. Pengujian Kualitas Data	39
3.6.3. Pengujian Asumsi Klasik.....	40
3.6.4. Analisis Regresi Linear Berganda	40
3.6.5. Uji Hipotesis	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1. Hasil Penelitian	42
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	43
4.1.2. Pengiriman dan Pembagian Kuesioner	43
4.1.3. Gambaran Umum Responden.....	44
4.1.4. Hasil Uji Statistik Deskriptif	45
4.1.5. Hasil Kualitas Data	46
4.1.6. Hasil Uji Asumsi Klasik	47
4.1.7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
4.1.8. Hasil Uji Hipotesis.....	49
4.2. Pembahasan.....	50

4.2.1. Pengaruh Store Atmosfer terhadap Keputusan Pembelian.....	51
4.2.2. Pengaruh Promotion terhadap Keputusan Pembelian.....	52
4.2.3. Pengaruh Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian	53
4.2.4. Pengaruh Store Atmosfer , Promotion, Word Of Mouth terhadap Kinerja karyawan	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	55
5.1. Kesimpulan	55
5.2. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Penjualan	2
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	27
Gambar 4.2. Grafik Histogram Uji Normalitas.....	43
Gambar 4.3. Normal P-P Plot Uji Normalitas	44
Gambar 4.4. Hasil Scatterplot Uji Heterokedastisitas.....	44



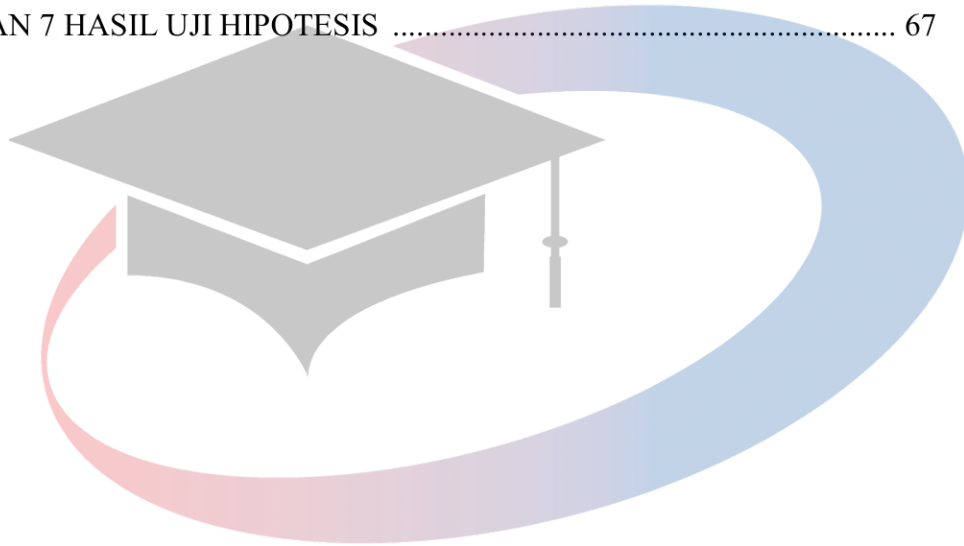
UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. <i>Review</i> Penelitian Terdahulu	3
Tabel 3.2. Skala <i>Likert</i>	35
Tabel 3.3. Defenisi Oprasional Variabel.....	36
Tabel 4.1. Tingkat Pengembalian Kuesioner	42
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerja.....	44
Tabel 4.5. Distribusi Jawaban Responden Instrumen Store Atmosfer	45
Tabel 4.6. Distribusi Jawaban Responden Instrumen Promotion	45
Tabel 4.7. Distribusi Jawaban Responden Instrumen Word Of Mouth.....	46
Tabel 4.8. Distribusi Jawaban Responden Instrumen Keputusan Pembelian.....	46
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Store Atmosfer	47
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Promotion.....	47
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Word Of Mouth	48
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	48
Tabel 4.13. Hasil Uji Reabilitas Store Atmosfer	49
Tabel 4.14. Hasil Uji Reabilitas promotion	49
Tabel 4.15. Hasil Uji Reabilitas Word Of Mouth.....	50
Tabel 4.16. Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 4.17. Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.18. Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.19. Hasil Uji Park.....	51
Tabel 4.20. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
Tabel 4.21. Hasil Uji Persial (Uji-t).....	52
Tabel 4.22. Hasil Uji Simultan (Uji-F).....	53
Tabel 4.23. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	53

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUISIONER PENELITIAN	55
LAMPIRAN 2 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN.....	57
LAMPIRAN 3 UJI STATISTIK DESKRIPTIF	59
LAMPIRAN 4 HASIL PENGOLAHAN DATA SPSS.....	61
LAMPIRAN 5 HASIL UJI ASUMSI KLASIK	64
LAMPIRAN 6 HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA	66
LAMPIRAN 7 HASIL UJI HIPOTESIS	67



UNIVERSITAS MIKROSKIL