

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE, LIFESTYLE, DAN PACKAGING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI Z PADA PRODUK *FORE COFFEE*

SKRIPSI

Oleh:

**RETNO WULANDARI
NIM. 222110789**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2026**

**THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, LIFESTYLE,
AND PACKAGING ON PURCHASE DECISIONS OF
GENERATION Z TOWARD FORE
COFFEE PRODUCTS**

FINAL RESEARCH

By:

RETNO WULANDARI
Student Number. 222110789



**UNDERGRADUATE PROGRAM OF MANAGEMENT
SCHOOL OF BUSINESS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2026**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, LIFESTYLE, DAN
PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
GENERASI Z PADA PRODUK FORE COFFEE**

SKRIPSI

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

Oleh :

RETNO WULANDARI
NIM. 222110789

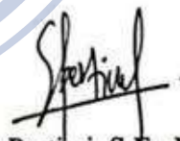
Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I,



Tya Wildana Hapsari Lubis, S.E., M.Si.

Dosen Pembimbing II,



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

Medan, 26 Februari 2026
Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi,



Christine S.M., M.Si.

LEMBAR PERNYATAAN

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

NIM : 222110789
Nama : Retno Wulandari

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Store Atmosphere, Lifestyle, dan Packaging* Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Pada Produk *Fore Coffee*
Tempat Penelitian : *Fore Coffee* Thamrin Plaza Medan
Alamat Penelitian : Thamrin Plaza, Jl. M.H Thamrin R No.75 Lantai 1 Veranda, Pandau Hulu I, Kec. Medan Kota, Kota Medan Sumatera Utara 20214
No. Telp. : 081211118456

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 yang 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 Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/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/atau 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 atau buku.

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

Medan, 26 Februari 2026

Saya yang membuat pernyataan,


Retno Wulandari

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *store atmosphere*, *lifestyle*, dan *packaging* terhadap keputusan pembelian generasi Z pada produk *Fore Coffee* Thamrin Plaza Kota Medan. Jenis Penelitian yang dilakukan adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif, teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling* dengan sampel sebanyak 99 responden yang didapatkan dengan menggunakan rumus *Lemeshow*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda menggunakan program SPSS Versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *store atmosphere*, *lifestyle*, dan *packaging* masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara bersama-sama ketiga variabel tersebut yaitu *store atmosphere*, *lifestyle*, dan *packaging* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil *R-Square adjusted* menunjukkan bahwa variabel *store atmosphere*, *lifestyle*, dan *packaging* mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 74,5%.

Kata Kunci : *Store Atmosphere, Lifestyle, Packaging, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

This study aims to test and analyze the influence of store atmosphere, lifestyle, and packaging on generation Z purchasing decisions on Fore Coffee Thamrin Plaza products in Medan City. The type of research conducted is associative research with a quantitative approach, the sampling technique used is a non-probability sampling technique with an accidental sampling approach with a sample of 99 respondents obtained using the Lemeshow formula. The data analysis method used in this study is multiple linear regression analysis using the SPSS Version 26 program. The results of this study indicate that store atmosphere, lifestyle, and packaging each have a positive and significant influence on purchasing decisions. Together, the three variables, namely store atmosphere, lifestyle, and packaging, have a positive and significant influence on purchasing decisions. The adjusted R-Square results show that the variables of store atmosphere, lifestyle, and packaging are able to explain the purchasing decision variable by 74.5%.

Keywords : *Store_Atmosphere, Lifestyle, Packaging, Purchase_Decisions*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere, Lifestyle, dan Packaging* terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z pada Produk *Fore Coffee*” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Starta Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan mungkin dapat diselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan, seta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini, penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Tya Wildana Hapsari Lubis, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, saran, bimbingan, dan pengarahan yang berharga dalam menempuh studi dan penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.
2. Ibu Suci Pertiwi, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan pengarahan yang sangat berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Hardy S.Kom., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan yang telah memberikan pengarahan yang baik dan berharga dalam menyusun skripsi dan menempuh studi sehingga penulis dapat lebih bersemangat dan termotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Christine, S.M., M.Si., selaku Ketua Program Studi Universitas Mikroskil Medan yang telah memberikan pengarahan yang baik dan berharga dalam menyusun skripsi dan menempuh studi sehingga penulis dapat lebih bersemangat dan termotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Novi Yanti, S.M., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Universitas Mikroskil Medan yang telah memberikan pengarahan yang baik dan berharga

dalam menyusun skripsi dan menempuh studi sehingga penulis dapat lebih bersemangat dan termotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Seluruh Staff dan Bapak/Ibu Dosen Mikroskil yang telah memberikan semangat, waktunya dalam mendidik dan memberikan pengetahuan, informasi, dukungan, dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. *Fore Coffee* Thamrin Plaza Kota Medan yang telah menjadi objek dalam penelitian ini perusahaan ini memberikan gambaran nyata mengenai fenomena yang diteliti sehingga sangat membantu penulis dalam memperoleh data dan pemahaman yang dibutuhkan.
9. Teman penulis yaitu Alberto, Arnold, Natasya, Rindu, Yehezkiel, dan Nathanael yang selalu memberikan semangat dan afirmasi positif kepada penulis ketika menghadapi masa-masa penuh tekanan, kehilangan semangat, dan kelelahan dalam menyelesaikan skripsi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Medan, 14 Januari 2026

Penulis,



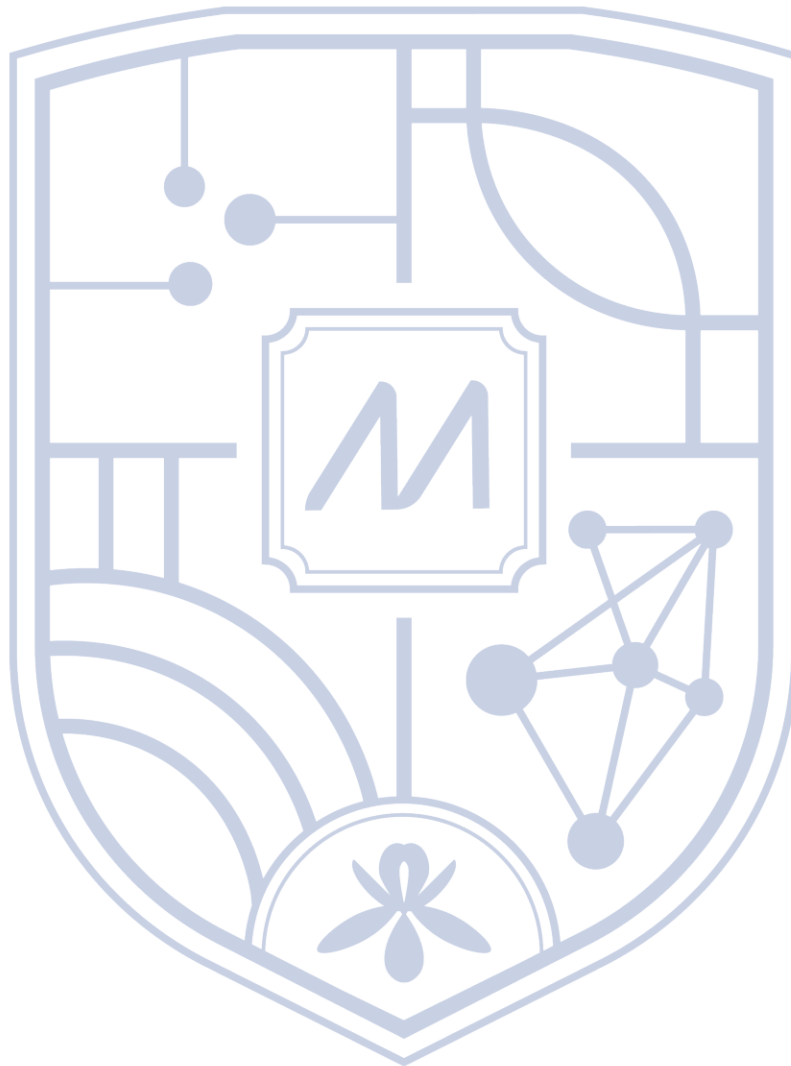
Retno Wulandari

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Ruang Lingkup.....	10
1.4. Tujuan.....	10
1.5. Manfaat.....	10
1.6. Originalitas Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Landasan Teori.....	13
2.1.1. Pemasaran	13
2.1.2. Keputusan Pembelian.....	18
2.1.3. <i>Store Atmosphere</i>	22
2.1.4. <i>Lifestyle</i>	27
2.1.5. <i>Packaging</i>	30
2.2. Review Penelitian Terdahulu	34
2.3. Kerangka Konseptual	39
2.4. Pengembangan Hipotesis	40
2.4.1. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian	40
2.4.2. Pengaruh <i>Lifestyle</i> terhadap Keputusan Pembelian	41
2.4.3. Pengaruh <i>Packaging</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	42
2.4.4. Pengaruh <i>Store Atmosphere, Lifestyle, dan Packaging</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	42

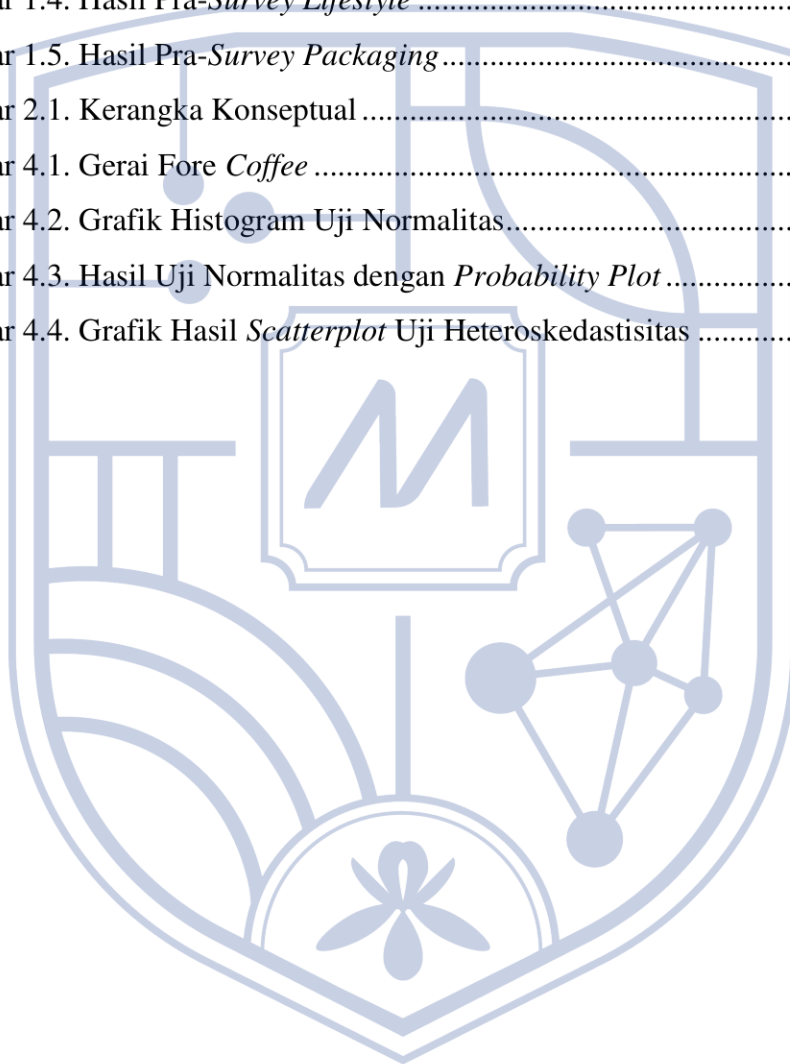
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1. Jenis Penelitian	44
3.2. Objek Penelitian	44
3.3. Subjek Penelitian.....	44
3.4. Metode Pengumpulan Data	45
3.5. Populasi dan Sampel	46
3.4.1. Populasi	46
3.4.2. Sampel.....	47
3.6. Definisi Operasional Variabel.....	48
3.7. Metode Analisis Data.....	50
3.7.1. Analisis Statistik Deskriptif	50
3.7.2. Pengujian Kualitas Data	50
3.7.3. Uji Asumsi Klasik.....	51
3.7.4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
3.7.5. Uji Hipotesis	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1. Hasil Penelitian	56
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	56
4.1.2. Pengiriman dan Pengembalian Kuisisioner	58
4.1.3. Gambaran Umum Responden	58
4.1.4. Hasil Statistik Deskriptif.....	61
4.1.5. Hasil Uji Kualitas Data	65
4.1.6. Hasil Uji Asumsi Klasik	68
4.1.7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	73
4.1.8. Hasil Uji Hipotesis	74
4.2. Pembahasan.....	76
4.2.1. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian	76
4.2.2. Pengaruh <i>Lifestyle</i> terhadap Keputusan Pembelian	77
4.2.3. Pengaruh <i>Packaging</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	78
BAB V PENUTUP.....	80
5.1. Kesimpulan.....	80
5.2. Saran.....	81

DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	85
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	112



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Bentuk <i>Self Reward</i> Masyarakat Tahun 2025	1
Gambar 1.2. Hasil Pra-Survey Keputusan Pembelian.....	3
Gambar 1.3. Hasil Pra-Survey <i>Store Atmosphere</i>	5
Gambar 1.4. Hasil Pra-Survey <i>Lifestyle</i>	6
Gambar 1.5. Hasil Pra-Survey <i>Packaging</i>	8
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	40
Gambar 4.1. Gerai <i>Fore Coffee</i>	56
Gambar 4.2. Grafik Histogram Uji Normalitas.....	69
Gambar 4.3. Hasil Uji Normalitas dengan <i>Probability Plot</i>	70
Gambar 4.4. Grafik Hasil <i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas	72



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Review Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1. Skala <i>Likert</i>	46
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel.....	49
Tabel 4.1. Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuisisioner.....	58
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Range Pendapatan	60
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Status	61
Tabel 4.7. Hasil Statistik Deskriptif Variabel Store Atmosphere	61
Tabel 4.8. Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Lifestyle</i>	62
Tabel 4.9. Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Packaging</i>	63
Tabel 4.10. Hasil Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	64
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas <i>Store Atmosphere</i>	65
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas <i>Lifestyle</i>	66
Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas <i>Packaging</i>	66
Tabel 4.14. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	67
Tabel 4.15. Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4.16. Hasil Uji Normalitas	70
Tabel 4.17. Hasil Uji Multikolinearitas.....	71
Tabel 4.18. Hasil Uji Glesjer.....	72
Tabel 4.19. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	73
Tabel 4.20. Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji-t)	74
Tabel 4.21. Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji-F).....	75
Tabel 4.22. Uji Koefisien Determinasi	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2 Kisi-Kisi Wawancara.....	95
Lampiran 3 Distribusi Jawaban Responden.....	97
Lampiran 4 Hasil Uji Statistik Deskriptif	107
Lampiran 5 Hasil Pengolahan Data SPSS.....	109
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	111
Lampiran 7 Analisis Regresi Linear Berganda.....	114
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis	115

