

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN  
SUASANA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA KONSUMEN RETAIL BRASTAGI SUPERMARKET  
JL. CUT MUTIA NO.1 MEDAN**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**KELLYN OCTAVIA GISELA  
222110264**



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

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, PROMOTION,  
AND STORE ATMOSPHERE ON PURCHASE DECISIONS OF  
RETAIL CONSUMERS AT BRASTAGI SUPERMARKET  
JL. CUT MUTIA NO.1 MEDAN***

***FINAL RESEARCH***

**By:**

**KELLYN OCTAVIA GISELA  
222110264**



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

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN SUASANA  
TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN  
RETAIL BRASTAGI SUPERMARKET  
JL. CUT MUTIA NO.1 MEDAN**

**SKRIPSI**

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

Oleh :

**KELLYN OCTAVIA GISELA  
222110264**

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,



Dr. Nora Anisa Br Sinulingga, S.E., M.M      Tya Wildana Hapsari Lubis, S.E., M. SI

Medan, 10 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-I Manajemen Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut :

NIM : 222110264

Nama : Kellyn Octavia Gisela

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

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Retail Brastagi Supermarket Jl. Cut Mutia No.1 Medan

Tempat Penelitian : Brastagi Supermarket

Alamat Penelitian : Jl. Cut Mutia No. 1 Medan

No. Telp : (061) 4516000

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, 13 Januari 2026

Saya yang membuat pernyataan,



(Kellyn Octavia Gisela)

NIM. 222110264

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan suasana toko terhadap keputusan pembelian pada konsumen Brastagi Supermarket Jl. Cut Mutia No. 1 Medan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang ditentukan melalui teknik non-probability sampling dengan pendekatan accidental sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner daring dengan skala *Likert* dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda melalui SPSS. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ( $t_{hitung} 4,045 > t_{tabel} 1,96$ ;  $sig < 0,001$ ). Sementara itu, harga, promosi, dan suasana toko berpengaruh positif namun tidak signifikan. Secara simultan (uji F), seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ( $F_{hitung} 32,690 > F_{tabel} 2,467$ ;  $sig 0,000$ ). Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,561 menunjukkan bahwa keempat variabel secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 56,1% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

**Kata Kunci :** *Kualitas\_Produk, Harga, Promosi, Suasana\_Toko, Keputusan\_Pembelian*

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of product quality, price, promotion, and store atmosphere on purchasing decisions of consumers at Brastagi Supermarket Jl. Cut Mutia No. 1 Medan. The method used is quantitative with an associative approach. The research sample consisted of 100 respondents determined through a non-probability sampling technique with an accidental sampling approach. Data were collected using an online questionnaire with a Likert scale and analyzed using multiple linear regression via SPSS. The results of the partial test (t test) showed that product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions ( $t$  count 4.045 >  $t$  table 1.96; sig < 0.001). Meanwhile, price, promotion, and store atmosphere had a positive but insignificant effect. Simultaneously (F test), all independent variables had a significant effect on purchasing decisions (F count 32.690 > F table 2.467; sig 0.000). The Adjusted R Square value of 0.561 shows that the four variables together contribute 56.1% to purchasing decisions, while the remainder is influenced by other factors outside this study.*

**Keywords :** *Product\_Quality, Price, Promotion, Store\_Atmosphere, Purchasing\_Decision*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena Berkat Rahmat dan Kasih setia-Nya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Retail Brastagi Supermarket Jl. Cut Mutia No.1 Medan” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi tersebut tidak memungkinkan terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan dan doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan tersebut penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Nora Anisa Br Sinulingga, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberi waktu, saran, bimbingan dan pengarahan yang berharga sehingga skripsi tersebut dapat terselesaikan.
2. Ibu Tya Wildana Hapsari Lubis, S.E., M. SI selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberi waktu, saran, bimbingan dan pengarahan yang berharga sehingga skripsi tersebut 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.
5. Ibu Christine, S.M., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.
6. Ibu Novi Yanti, S.M. selaku wakil ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.
7. Seluruh Staff dan Dosen Pengajar Universitas Mikroskil Medan khususnya program Studi Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
8. Orang tua penulis, dan Ibu Meijong yang selalu memberikan dukungan, doa, kasih sayang atau perhatian yang tidak terhingga diberikan kepada penulis.
9. Kakak kandung dari penulis Stefany Gisela, S.Ak selaku yang membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi.

10. Teman penulis, Winar Joko Alexander, S.Kom yang selalu mendukung, menyemangatkan dan menemani penulis selama bimbingan sehingga skripsi tersebut dapat terselesaikan.

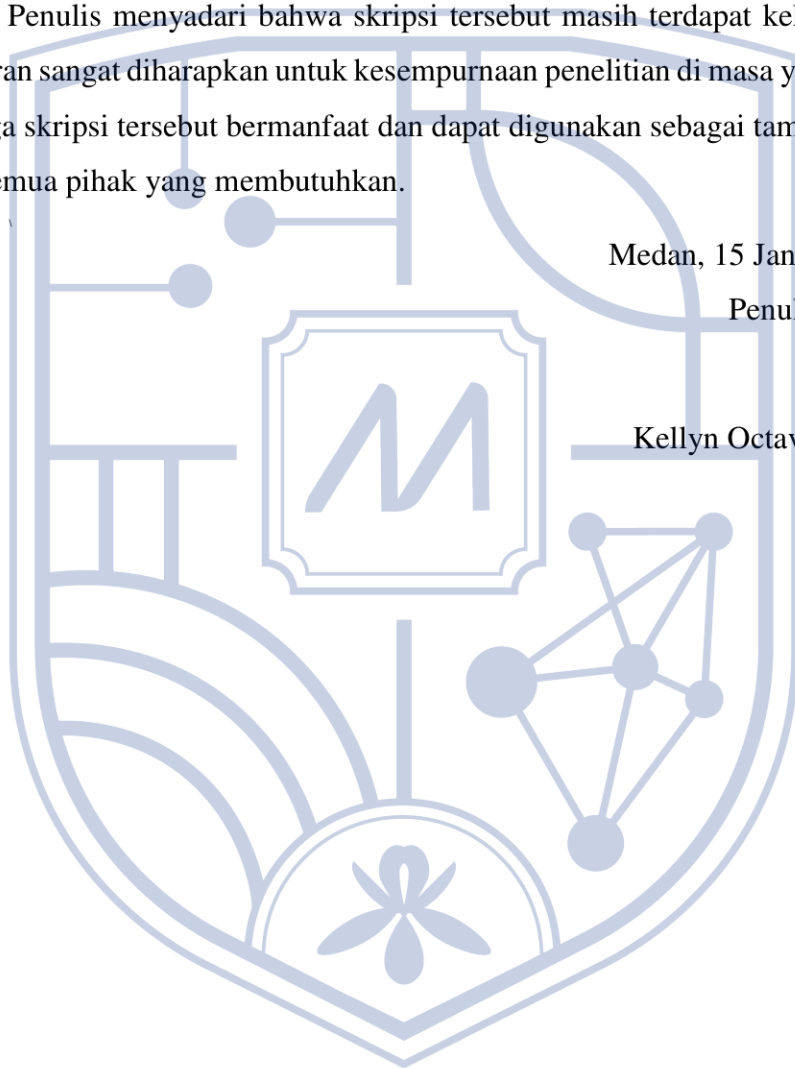
11. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan.

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

Medan, 15 Januari 2026

Penulis,

Kellyn Octavia Gisela



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	14
1.3 Ruang Lingkup.....	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
1.6 Originalitas Penelitian.....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>18</b>
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	18
2.1.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	18
2.1.1.2 Tujuan Manajemen Pemasaran .....	18
2.1.1.3 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	20
2.1.2 Kualitas Produk.....	21
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	21
2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	22
2.1.2.3 Manfaat Kualitas Produk.....	23
2.1.2.4 Dimensi Kualitas Produk .....	24
2.1.2.5 Indikator Kualitas Produk .....	26
2.1.3 Harga.....	28
2.1.3.1 Pengertian Harga.....	28
2.1.3.2 Tujuan Penetapan Harga .....	29
2.1.3.3 Metode Penetapan Harga .....	30
2.1.3.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga.....	31

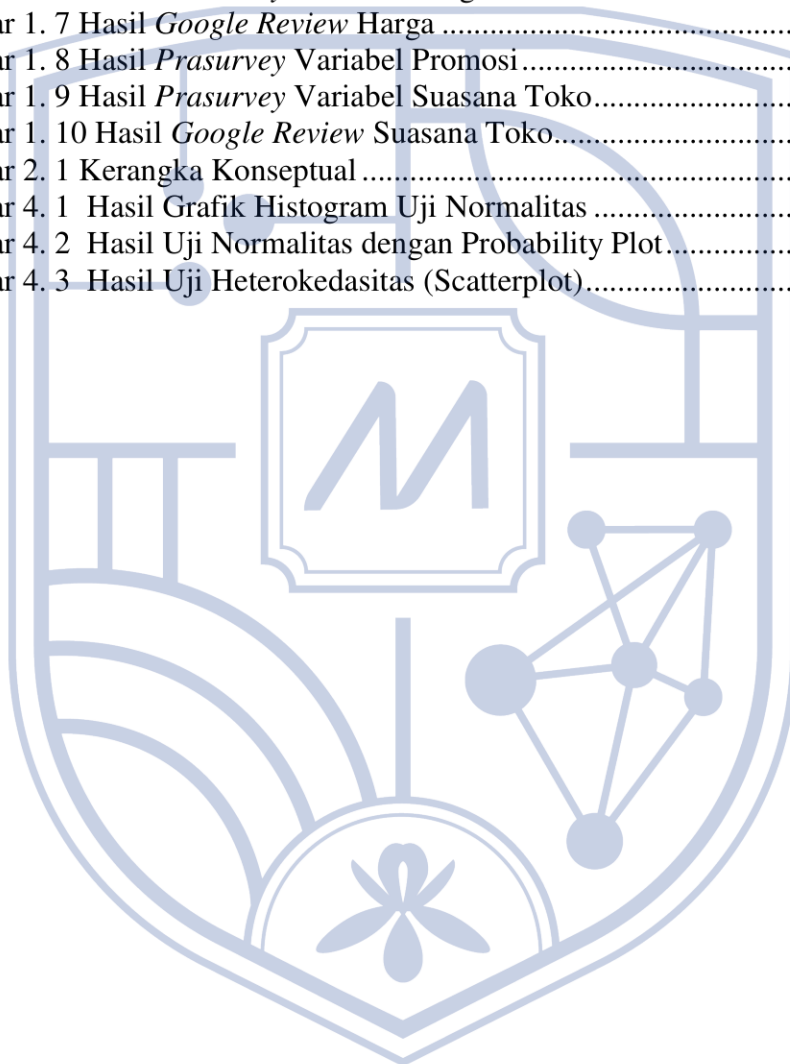
2.1.3.5	Dimensi Harga .....	32
2.1.3.6	Indikator Harga .....	33
2.1.4	Promosi .....	34
2.1.4.1	Pengertian Promosi .....	34
2.1.4.2	Tujuan Promosi .....	35
2.1.4.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Promosi .....	36
2.1.4.4	Manfaat Promosi .....	37
2.1.4.5	Dimensi Promosi .....	39
2.1.4.6	Indikator Promosi .....	40
2.1.5	Suasana Toko .....	42
2.1.5.1	Pengertian Suasana Toko .....	42
2.1.5.2	Peranan Suasana Toko Terhadap Konsumen .....	42
2.1.5.3	Tujuan dan Fungsi Suasana Toko .....	44
2.1.5.4	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Suasana Toko .....	45
2.1.5.5	Dimensi Suasana Toko .....	46
2.1.5.6	Indikator Suasana Toko .....	47
2.1.6	Keputusan Pembelian .....	48
2.1.6.1	Pengertian Keputusan Pembelian .....	48
2.1.6.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	49
2.1.6.3	Tahapan Keputusan Pembelian .....	52
2.1.6.4	Dimensi Keputusan Pembelian .....	53
2.1.6.5	Indikator Keputusan Pembelian .....	54
2.2	<i>Review</i> Penelitian Terdahulu .....	56
2.3	Kerangka Konseptual .....	60
2.4	Hipotesis .....	61
2.4.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	62
2.4.2	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	63
2.4.3	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	63
2.4.4	Pengaruh Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian .....	64
2.4.5	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian .....	64
<b>BAB III METODE PENELITIAN / TAHAPAN PELAKSANAAN .....</b>		<b>66</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	66

3.2	Objek Penelitian .....	66
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	66
3.3.1	Penelitian Lapangan (Data Primer).....	67
3.3.2	Studi Kepustakaan (Data Sekunder) .....	68
3.4	Populasi dan Sampel .....	68
3.4.1	Populasi.....	68
3.4.2	Sampel.....	69
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	70
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	75
3.7	Metode Analisis Data.....	75
3.7.1	Statistik Deskriptif .....	76
3.7.2	Pengujian Kualitas Data.....	76
3.7.2.1	Uji <i>Validitas</i> .....	76
3.7.2.2	Uji Reliabilitas .....	76
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	77
3.7.3.1	Uji Normalitas.....	77
3.7.3.2	Uji Multikolinearitas .....	78
3.7.3.3	Uji Heteroskedasitas.....	78
3.7.4	Analisi Regresi Linear Berganda .....	79
3.7.5	Uji Hipotesis .....	79
3.7.5.1	Pengujian Secara Parsial (Uji T).....	79
3.7.5.2	Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	80
3.7.5.3	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	80
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>82</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	82
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	82
4.1.1.1	Sejarah Umum Brastagi Supermarket Jl. Cut Mutia No. 1 Medan 82	
4.1.1.2	Visi dan Misi Brastagi Supermarket Jl. Cut Mutia No. 1 Medan 83	
4.1.2	Pengiriman dan Pengembalian Kuisisioner .....	83
4.1.3	Gambaran Umum Responden .....	84
4.1.4	Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	85

4.1.5 Hasil Uji Kualitas Data .....	95
4.1.5.1 Uji Validitas Data.....	95
4.1.5.2 Uji Reliabilitas .....	98
4.1.6 Uji Asumsi Klasik.....	99
4.1.6.1 Uji Normalitas.....	99
4.1.6.2 Uji Multikolinearitas .....	102
4.1.6.3 Uji Heterokedasitas .....	103
4.1.6.4 Metode Grafik ( <i>Scatterplot</i> ).....	103
4.1.6.5 Metode Statistik (Uji Glejser) .....	103
4.1.7 Analisis Regresi Linear Berganda.....	104
4.1.8 Uji Hipotesis .....	105
4.1.8.1 Pengujian Secara Parsial (Uji T).....	105
4.1.8.2 Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	107
4.1.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	107
4.2 Pembahasan.....	108
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	108
4.2.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	109
4.2.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	110
4.2.4 Pengaruh Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian .....	111
4.2.5 Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian.....	112
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>113</b>
5.1 Kesimpulan.....	113
5.2 Saran.....	113
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>115</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Pencarian <i>Google</i> keyword Supermarket Terbesar di Medan .....	2
Gambar 1. 2 Hasil <i>Prasurvey</i> Keputusan Pembelian .....	3
Gambar 1. 3 Hasil <i>Google Review</i> Keputusan Pembelian .....	4
Gambar 1. 4 Hasil <i>Prasurvey</i> Variabel Kualitas Produk .....	5
Gambar 1. 5 Hasil <i>Google Review</i> Kualitas Produk.....	6
Gambar 1. 6 Hasil <i>Prasurvey</i> Variabel Harga .....	7
Gambar 1. 7 Hasil <i>Google Review</i> Harga .....	8
Gambar 1. 8 Hasil <i>Prasurvey</i> Variabel Promosi .....	10
Gambar 1. 9 Hasil <i>Prasurvey</i> Variabel Suasana Toko.....	11
Gambar 1. 10 Hasil <i>Google Review</i> Suasana Toko.....	12
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	60
Gambar 4. 1 Hasil Grafik Histogram Uji Normalitas .....	98
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas dengan Probability Plot.....	98
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heterokedasitas (Scatterplot).....	101



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Review Penelitian Terdahulu .....	58
Tabel 3. 1	Skala <i>Likert</i> .....	67
Tabel 3. 2	Operasional Variabel.....	69
Tabel 4. 1	Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner .....	81
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	82
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	83
Tabel 4. 4	Hasil Statistik Deskriptif ( <i>Destriptive Statistics</i> ) Variabel Kualitas Produk .....	84
Tabel 4. 5	Hasil Statistik Deskriptif ( <i>Destriptive Statistics</i> ) Variabel Harga .....	85
Tabel 4. 6	Hasil Statistik Deskriptif ( <i>Destriptive Statistics</i> ) Variabel Promosi.....	87
Tabel 4. 7	Hasil Statistik Deskriptif ( <i>Destriptive Statistics</i> ) Variabel Suasana Toko .....	88
Tabel 4. 8	Hasil Statistik Deskriptif ( <i>Destriptive Statistics</i> ) Variabel Keputusan Pembelian.....	90
Tabel 4. 9	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	92
Tabel 4. 10	Hasil Uji Validitas Harga.....	93
Tabel 4. 11	Hasil Uji Validitas Promosi .....	94
Tabel 4. 12	Hasil Uji Validitas Suasana Toko .....	94
Tabel 4. 13	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	95
Tabel 4. 14	Hasil Uji Reliabilitas.....	96
Tabel 4. 15	Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov Test.....	99
Tabel 4. 16	Uji Multikolinearitas Coeficients.....	99
Tabel 4. 17	Hasil Uji Heteroskedasitas (Uji Glejser).....	101
Tabel 4. 18	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	101
Tabel 4. 19	Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji T) .....	103
Tabel 4. 20	Hasil Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji F) .....	104
Tabel 4. 21	Analisi Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	105

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	119
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	125
Lampiran 3 Hasil Uji Deskriptif Statistik.....	142
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	145
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	161
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	164

