

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, HARGA, KERAGAMAN  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
WIZZMIE MEDAN MELALUI MINAT BELI  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**SKRIPSI**

Oleh:

**LUCKY YOHANA BR HOMBING  
NIM. 212110910  
AMELIA NATASYA KAROLINE BR MANURUNG  
NIM. 212111095**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL  
MEDAN  
2025**

**THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, PRICE AND  
PRODUCT DIVERSITY ON PURCHASING DECISIONS  
AT WIZZMIE MEDAN WITH PURCHASE  
INTEREST AS A MEDIATION VARIABLE**

**FINAL RESEARCH**

*By:*

**LUCKY YOHANA BR HOMBING**  
**Student Number. 212110910**  
**AMELIA NATASYA KAROLINE BR MANURUNG**  
**Student Number. 212111095**



**UNDERGRADUATE PROGRAM OF MANAGEMENT  
SCHOOL OF BUSINESS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL  
MEDAN  
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, HARGA, KERAGAMAN  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
WIZZMIE MEDAN MELALUI MINAT BELI  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

SKRIPSI

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

Oleh :

LUCKY YOHANA BR HOMBING

NIM. 212110910

AMELIA NATASYA KAROLINE BR MANURUNG

NIM. 212111095

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I,



Dr. Fenny S.E., M.M.

Dosen Pembimbing II,



Suci Pertiwi S.E., M.Si.

Medan, 25-Juli-2025

Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi,



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 :

NIM : 212110910

Nama : Lucky Yohana Br Hombing

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

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Store Atmosphere, Harga, Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Wizzmie Pancing Medan Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi.

Tempat Penelitian : Wizzmie Pancing Medan

Alamat Penelitian : Jl. William Iskandar NO.137, Indra Kasih , Kec. Medan Tembung

No. Telp. : 085270542617

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, 25/Juli/2025

Saya yang membuat pernyataan,



E7638AMX446999298

(Lucky Yohana Br hombing)

## LEMBAR PERNYATAAN

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

NIM : 212111095

Nama : Amelia Natasya Karoline Br Manurung

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

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Store Atmosphere, Harga, Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Wizzmie Pancing Medan Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi.

Tempat Penelitian : Wizzmie Pancing Medan

Alamat Penelitian : Jl. William Iskandar NO.137, Indra Kasih, Kec. Medan Tembung

No. Telp. : 081265198022

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, 25/Juli/2025

Saya yang membuat pernyataan,



(Amelia Natasya Karoline Br Manurung)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *store atmosphere*, harga, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Wizzmie Medan melalui minat beli sebagai variabel mediasi. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *sampling accidental*, dengan metode *nonprobability sampling*, dan jumlah sampel berjumlah 96 sampel yang ditentukan menggunakan rumus *lemeshow*. Metode analisis data yang digunakan adalah SEM-PLS, yang diolah dengan aplikasi SmartPLS 4.0. Hasil analisis menunjukkan bahwa *store atmosphere* dan keragaman produk berpengaruh terhadap minat beli, sedangkan harga tidak berpengaruh terhadap minat beli. *Store atmosphere* dan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian. *Store Atmosphere*, harga, dan keragaman produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel mediasi. *R Square adjusted 1* bernilai 0,574 berarti variabel *store atmosphere*, harga, dan keragaman produk mampu menjelaskan variabel minat beli sebesar 57,4%, sedangkan 42,6% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan *R-Square adjusted 2* bernilai 0,770 berarti variabel *store atmosphere*, harga, dan keragaman produk mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 77%, sedangkan 23% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :** *Store Atmosphere*, Harga, Keragaman Produk, Keputusan Pembelian, Minat Beli

## ABSTRACT

*The study aimed to investigate the influence of store atmosphere, price, and product variety on purchasing decisions at Wizzmie Medan, with purchase intention as a mediating variable. In this study, the sampling technique used is accidental sampling with a non-probability sampling method, and the total number of samples is 96, determined using the Lemeshow formula. The data analysis method applied is SEM-PLS, processed using the SmartPLS 4.0 software. The analysis results show that store atmosphere and product variety significantly influence purchase intention, while price has no significant effect on purchase intention. Store atmosphere and price do not have a significant influence on purchasing decisions, whereas product variety does. Purchase intention has a significant influence on purchasing decisions. Store atmosphere, price, and product variety do not affect purchasing decisions through purchase intention as a mediating variable. The adjusted R-Square value of 0.574 indicates that the variables store atmosphere, price, and product variety are able to explain 57.4% of the variance in purchase intention, while the remaining 42.6% is explained by other variables not examined in this study. Meanwhile, the adjusted R-Square value of 0.770 shows that store atmosphere, price, and product variety can explain 77% of the variance in purchasing decisions, while the remaining 23% is explained by other unexamined variables.*

**Keywords:** *Store Atmosphere, Price, Product Variety, Purchase Decision, Purchase Intention*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere*, Harga, dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Wizzmie Medan dengan Minat beli sebagai Variabel Mediasi” ini dengan tepat waktu dan sesuai dengan harapan penulis. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang ikut memberikan bantuan, dukungan, dan bimbingan yang sangat berarti, kepada:

1. Ibu Dr Fenny, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran, motivasi, dan kesabaran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
2. Ibu Suci Pertiwi S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II dan Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran, motivasi, dan kesabaran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
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 dan Dosen Wali yang selalu memotivasi penulis dalam menjalani perkuliahan dan dalam menyelesaikan skripsi.
5. Ibu Christine, S.M., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.
6. Seluruh Dosen dan Staf di Universitas Mikroskil Medan yang telah memberikan tambahan ilmu pengetahuan, motivasi, dan bimbingan yang sangat berguna bagi peneliti.
7. Orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
8. Teman-teman penulis yang telah memberikan doa dan yang telah menemani hari-hari penulis selama masa perkuliahan hingga skripsi ini selesai.

9. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang dibagikan, sehingga peneliti dapat mengolah data menyelesaikan skripsi ini.
10. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.
11. *And last but not least* kepada teman satu tim penulis dalam penyusunan skripsi ini, yang telah bekerja sama, saling mendukung, dan berjuang bersama hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari akan banyaknya kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini karena keterbatasan yang penulis miliki. Maka dari itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan sebagai masukan untuk penelitian di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat sekaligus berguna sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan 25-Juli-2025

Penulis

Lucky Yohana Br Hombing

Amelia Natasya Karoline Br Manurung

## DAFTAR ISI

|                                                                    |           |
|--------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>ABSTRACT .....</b>                                              | <b>ii</b> |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                            | <b>ii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                                         | <b>ii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                          | <b>ii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                       | <b>ii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                                     | <b>2</b>  |
| 1.1. Latar Belakang .....                                          | 2         |
| 1.2. Rumusan Masalah .....                                         | 2         |
| 1.3. Ruang Lingkup .....                                           | 2         |
| 1.4. Tujuan .....                                                  | 2         |
| 1.5. Manfaat .....                                                 | 2         |
| 1.6. Originalitas Penelitian .....                                 | 2         |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>                               | <b>2</b>  |
| 2.1. Landasan Teori .....                                          | 2         |
| 2.1.1. Pemasaran .....                                             | 2         |
| 2.1.1.1. Pengertian Pemasaran .....                                | 2         |
| 2.1.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran .....                      | 2         |
| 2.1.1.3. Tujuan Manajemen Pemasaran .....                          | 2         |
| 2.1.1.4. Bauran Pemasaran .....                                    | 2         |
| 2.1.2. Keputusan Pembelian .....                                   | 2         |
| 2.1.2.1. Pengertian Keputusan Pembelian .....                      | 2         |
| 2.1.2.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian ..... | 2         |
| 2.1.2.3. Tahap-tahap Keputusan Pembelian .....                     | 2         |
| 2.1.2.4. Indikator Keputusan Pembelian .....                       | 2         |
| 2.1.3. Minat Beli .....                                            | 2         |
| 2.1.3.1. Pengertian Minat Beli .....                               | 2         |
| 2.1.3.2. Tahap-Tahap Minat Beli Konsumen .....                     | 2         |
| 2.1.3.3. Faktor-faktor yang Membentuk Minat Beli Konsumen .....    | 2         |
| 2.1.3.4. Indikator Minat Beli .....                                | 2         |
| 2.1.4. <i>Store Atmosphere</i> .....                               | 2         |
| 2.1.4.1. Pengertian <i>Store Atmosphere</i> .....                  | 2         |

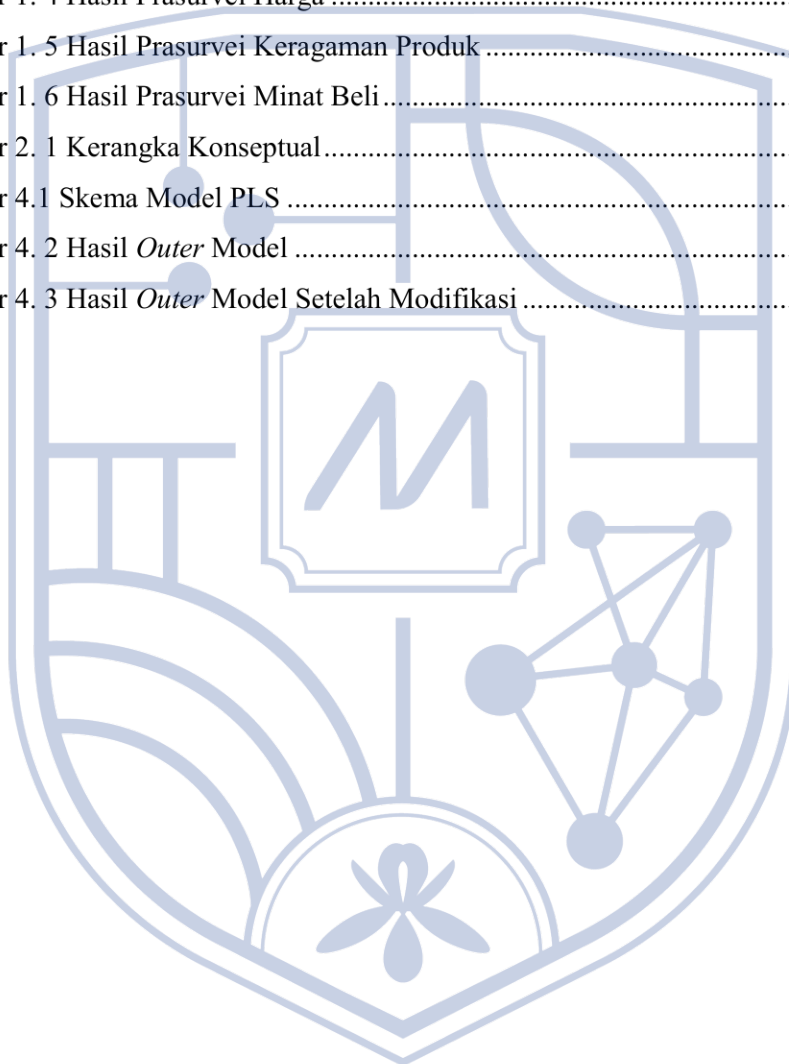
|                                                                                                       |   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| 2.1.4.2. Elemen <i>Store Atmosphere</i> .....                                                         | 2 |
| 2.1.4.3. Karakteristik <i>Store Atmosphere</i> .....                                                  | 2 |
| 2.1.4.4. Indikator <i>Store Atmosphere</i> .....                                                      | 2 |
| 2.1.5. Harga .....                                                                                    | 2 |
| 2.1.5.1. Pengertian Harga .....                                                                       | 2 |
| 2.1.5.2. Peranan Harga .....                                                                          | 2 |
| 2.1.5.3. Metode Penetapan Harga .....                                                                 | 2 |
| 2.1.5.4. Tujuan Penetapan Harga .....                                                                 | 2 |
| 2.1.5.5. Faktor-faktor Pertimbangan dalam Penetapan Harga .....                                       | 2 |
| 2.1.5.6. Indikator Harga .....                                                                        | 2 |
| 2.1.6. Keragaman Produk .....                                                                         | 2 |
| 2.1.6.1. Pengertian Keragaman Produk .....                                                            | 2 |
| 2.1.6.2. Manfaat Keragaman Produk .....                                                               | 2 |
| 2.1.6.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keragaman Produk .....                                       | 2 |
| 2.1.6.3. Indikator Keragaman Produk .....                                                             | 2 |
| 2.2. Review Penelitian Terdahulu .....                                                                | 2 |
| 2.3. Kerangka Konseptual .....                                                                        | 2 |
| 2.4. Pengembangan Hipotesis .....                                                                     | 2 |
| 2.4.1. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Minat Beli Wizzmie Pancing Medan .....               | 2 |
| 2.4.2. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Wizzmie Pancing Medan .....                                 | 2 |
| 2.4.3. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Minat Beli Wizzmie Pancing Medan .....                      | 2 |
| 2.4.4. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Wizzmie Pancing Medan ..... | 2 |
| 2.4.5. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Wizzmie Pancing Medan .....                   | 2 |
| 2.4.6. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Wizzmie Pancing Medan .....        | 2 |
| 2.4.7. Pengaruh Minat beli terhadap Keputusan Pembelian pada Wizzmie Pancing Medan .....              | 2 |

|                                                                                                                         |          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 2.4.8. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan pembelian Melalui Minat Beli pada Wizzmie Pancing Medan..... | 2        |
| 2.4.9. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli pada Wizzmie Pancing Medan.....                   | 2        |
| 2.4.10. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli pada Wizzmie Pancing Medan .....      | 2        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                                                                                  | <b>2</b> |
| 3.1. Jenis Penelitian.....                                                                                              | 2        |
| 3.2. Objek Penelitian.....                                                                                              | 2        |
| 3.3. Metode Pengumpulan Data.....                                                                                       | 2        |
| 3.3.1. Data Primer.....                                                                                                 | 2        |
| 3.3.2. Data Sekunder .....                                                                                              | 2        |
| 3.4. Populasi dan Sampel.....                                                                                           | 2        |
| 3.4.1. Populasi .....                                                                                                   | 2        |
| 3.4.2. Sampel .....                                                                                                     | 2        |
| 3.5. Defenisi Operasional Variabel .....                                                                                | 2        |
| 3.6. Metode Analisis Data .....                                                                                         | 2        |
| 3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif.....                                                                               | 2        |
| 3.6.2. Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....                                                                    | 2        |
| 3.6.3. Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....                                                                     | 2        |
| 3.6.4. Uji Hipotesis.....                                                                                               | 2        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>                                                                                 | <b>2</b> |
| 4.1. Hasil Penelitian .....                                                                                             | 2        |
| 4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan .....                                                                                   | 2        |
| 4.1.1.1. Sejarah Umum Perusahaan .....                                                                                  | 2        |
| 4.1.2. Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner.....                                                                       | 2        |
| 4.1.3. Karakteristik Responden .....                                                                                    | 2        |
| 4.1.4. Hasil Statistik Deskriptif .....                                                                                 | 2        |
| 4.1.4.1. Variabel Store Atmosphere ( $X_1$ ) .....                                                                      | 2        |
| 4.1.4.2. Variabel Harga ( $X_2$ ) .....                                                                                 | 2        |
| 4.1.4.3. Variabel Keragaman Produk ( $X_3$ ) .....                                                                      | 2        |
| 4.1.4.4. Variabel Minat Beli ( $Z$ ).....                                                                               | 2        |

|                                                                                              |          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 4.1.4.5. Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....                                              | 2        |
| 4.2. Hasil Analisis Data.....                                                                | 2        |
| 4.2.1. Uji Instrumen.....                                                                    | 2        |
| 4.2.2. Skema Model PLS.....                                                                  | 2        |
| 4.2.3. Analisis Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....                                | 2        |
| 4.2.3.1. Uji Validitas Konvergen.....                                                        | 2        |
| 4.2.3.2. Uji Validitas Diskriminan .....                                                     | 2        |
| 4.2.3.3. Uji Reliabilitas .....                                                              | 2        |
| 4.2.4. Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....                                | 2        |
| 4.2.5. Uji Hipotesis.....                                                                    | 2        |
| 4.3. Pembahasan.....                                                                         | 2        |
| 4.3.1. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Minat Beli.....                             | 2        |
| 4.3.2. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli .....                                              | 2        |
| 4.3.3. Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Minat Beli .....                                   | 2        |
| 4.3.4. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....                   | 2        |
| 4.3.5. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....                                      | 2        |
| 4.3.6. Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....                          | 2        |
| 4.3.7. Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian .....                                | 2        |
| 4.3.8. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli..... | 2        |
| 4.3.9. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli .....                  | 2        |
| 4.3.10. Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli.....       | 2        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                                                                   | <b>2</b> |
| 5.1. Kesimpulan .....                                                                        | 2        |
| 5.2. Saran .....                                                                             | 2        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                                  | <b>2</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                                                         | <b>2</b> |
| <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>                                                            | <b>2</b> |
| <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>                                                            | <b>2</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                             |   |
|-----------------------------------------------------------------------------|---|
| Gambar 1. 1 Lima Sektor Usaha dengan Persaingan Tertinggi di Indonesia..... | 2 |
| Gambar 1. 2 Hasil Prasurvei Keputusan Pembelian .....                       | 2 |
| Gambar 1. 3 Hasil Prasurvei <i>Store Atmosphere</i> .....                   | 2 |
| Gambar 1. 4 Hasil Prasurvei Harga .....                                     | 2 |
| Gambar 1. 5 Hasil Prasurvei Keragaman Produk .....                          | 2 |
| Gambar 1. 6 Hasil Prasurvei Minat Beli.....                                 | 2 |
| Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....                                        | 2 |
| Gambar 4.1 Skema Model PLS .....                                            | 2 |
| Gambar 4. 2 Hasil <i>Outer</i> Model .....                                  | 2 |
| Gambar 4. 3 Hasil <i>Outer</i> Model Setelah Modifikasi .....               | 2 |



## DAFTAR TABEL

|                                                                                        |   |
|----------------------------------------------------------------------------------------|---|
| Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Wizzmie dan Mie Gacoan .....                             | 2 |
| Tabel 1. 2 Perbandingan Keragaman Produk Wizzmie dan Mie Gacoan .....                  | 2 |
| Tabel 2. 1 <i>Review</i> Penelitian Terdahulu .....                                    | 2 |
| Tabel 3. 1 Skala <i>Likert</i> .....                                                   | 2 |
| Tabel 3. 2 Defenisi Operasional Variabel.....                                          | 2 |
| Tabel 4.1 Tingkat Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner .....                          | 2 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                      | 2 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                                | 2 |
| Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Store Atmosphere</i> ..... | 2 |
| Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga.....                    | 2 |
| Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keragaman Produk.....         | 2 |
| Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat Beli .....              | 2 |
| Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....      | 2 |
| Tabel 4. 9 Nilai <i>Loading Factor</i> .....                                           | 2 |
| Tabel 4. 10 Nilai <i>Loading Factor</i> Setelah Modifikasi .....                       | 2 |
| Tabel 4. 11 Tabel <i>Averaga Variant Extracted</i> .....                               | 2 |
| Tabel 4. 12 Nilai <i>Cross Loading</i> .....                                           | 2 |
| Tabel 4.13 Nilai <i>Composite Reliability</i> dan Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> .....  | 2 |
| Tabel 4.14 Nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                                 | 2 |
| Tabel 4.15 Hasil <i>Output Path Coefficients</i> .....                                 | 2 |
| Tabel 4. 16 Hasil <i>Output Specific Indirect Effects</i> .....                        | 2 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                                             |   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| Lampiran 1: Kuesioner Penelitian .....                                                      | 2 |
| Lampiran 2. Surat Izin Riset pada Wizzmie Pancing Medan .....                               | 2 |
| Lampiran 3: Distribusi Jawaban Responden.....                                               | 2 |
| Lampiran 4: Hasil Uji Statistika Deskriptif .....                                           | 2 |
| Lampiran 5: Hasil Uji Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....                 | 2 |
| Lampiran 6: Hasil Uji <i>Cross Loading</i> .....                                            | 2 |
| Lampiran 7: Hasil Uji AVE, <i>Cronbach's Alpha</i> , dan <i>Composite Reliability</i> ..... | 2 |
| Lampiran 8: Hasil Uji Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....                | 2 |
| Lampiran 9: Hasil Uji Hipotesis .....                                                       | 2 |

