

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, ATMOSFER TOKO, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PIZZA HUT
CABANG A.H. NASUTION MEDAN**

SKRIPSI

Oleh:

**ROSE MERRY TAN
NIM. 222111267**



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

**THE INFLUENCE OF PRICE, PROMOTION, STORE
ATMOSPHERE, AND PRODUCT QUALITY ON
CONSUMER PURCHASE DECISIONS AT
PIZZA HUT A.H. NASUTION
MEDAN BRANCH**

FINAL RESEARCH

By:

**ROSE MERRY TAN
STUDENT NUMBER. 222111267**



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

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, SUASANA TOKO, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PIZZA HUT
CABANG A.H. NASUTION MEDAN**

SKRIPSI

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

Oleh :

ROSE MERRY TAN
NIM. 222111267

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I,



Dr. Elizabeth Haloho, S.T., M.M.

Dosen Pembimbing II,



Suwianto, S.T., M.M.

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-1 Manajemen Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut :

NIM : 222111267

Nama : Rose Merry Tan

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

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH HARGA, PROMOSI, ATMOSFER TOKO, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PIZZA HUT CABANG A.H. NASUTION MEDAN**

Alamat Penelitian : Pizza Hut cabang A.H. Nasution Medan

No. Telp. : 081378039137

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, 10 Februari 2026

t pernyataan,

METERA
TEMPA
SE578ANX121728238*

Rose Merry Tan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga, Promosi, Atmosfer Toko, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pizza Hut cabang A.H. Nasution Medan. Topik ini dipilih karena persaingan bisnis restoran cepat saji yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling* yaitu responden yang pernah melakukan pembelian dan *dine-in* di Pizza Hut cabang A.H. Nasution Medan. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, promosi, atmosfer toko, dan kualitas produk berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak manajemen Pizza Hut dalam merumuskan strategi pemasaran guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian dengan variabel, objek, maupun metode penelitian yang berbeda.

Kata Kunci : *Harga, Promosi, Atmosfer Toko, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of price, promotion, store atmosphere, and product quality on purchasing decisions of consumers at Pizza Hut A.H. Nasution Medan branch. This topic was chosen due to the increasingly intense competition in the fast-food restaurant industry, which requires companies to understand the factors influencing consumers' purchasing decisions. This research employs a quantitative approach. The sampling technique used is non-probability sampling with a purposive sampling method, involving respondents who have made purchases and dined in at Pizza Hut A.H. Nasution Medan branch. The number of samples in this study is 100 respondents. Data were collected through the distribution of questionnaires and analyzed using multiple linear regression analysis with the assistance of SPSS version 26. The results indicate that price, promotion, store atmosphere, and product quality have both partial and simultaneous effects on purchasing decisions. The findings of this study are expected to serve as a consideration for Pizza Hut management in formulating marketing strategies to enhance consumer purchasing decisions and as a reference for future researchers to develop studies using different variables, objects, or research methods.

Keywords : *Price, Promotion, Store Atmosphere, Product Quality, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Promosi, Atmosfer Toko, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Pizza Hut Cabang A.H. Nasution Medan.” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik dalam menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Mikroskil Medan.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai kendala dan keterbatasan. Oleh karena itu, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat bimbingan, arahan, nasihat, serta dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Elizabeth Haloho, S.T., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan, dan arahnya serta motivasi yang sangat berharga selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Suwianto, S.T., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan, dan arahnya serta motivasi yang sangat berharga selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Hardy, S.Kom., Ph.D, selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan yang telah membantu dalam kelancaran akademis.
4. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan yang telah membantu dalam kelancaran akademis.
5. Ibu Christine, S.M., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.
6. Bapak Anto Tulim, S.E., S.S., M.Si., selaku Dosen Wali yang senantiasa membimbing peneliti, memberikan pengalaman baru dalam perkuliahan dan skripsi.

7. Keluarga tercinta, terutama kedua orang tua yang senantiasa memberikan perhatian dan dukungan, baik secara moral maupun material, serta Stefanie Tan dan Cynthia Tan selaku saudara yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan doa kepada peneliti hingga terselesaikannya penelitian ini.
8. Christie Angel selaku sahabat yang memberikan saran, dukungan, serta doa kepada peneliti.
9. Serta teman-teman yang telah membantu dan mendukung peneliti, yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan belum sepenuhnya sempurna, mengingat keterbatasan ilmu pengetahuan peneliti. Peneliti dengan terbuka menerima saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca guna penyempurnaan penelitian selanjutnya.

Mohon maaf apabila dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kesalahan. Diharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta pengembangan ilmu ekonomi khususnya pada bidang manajemen.

Medan, 14 Januari 2026

Penulis,



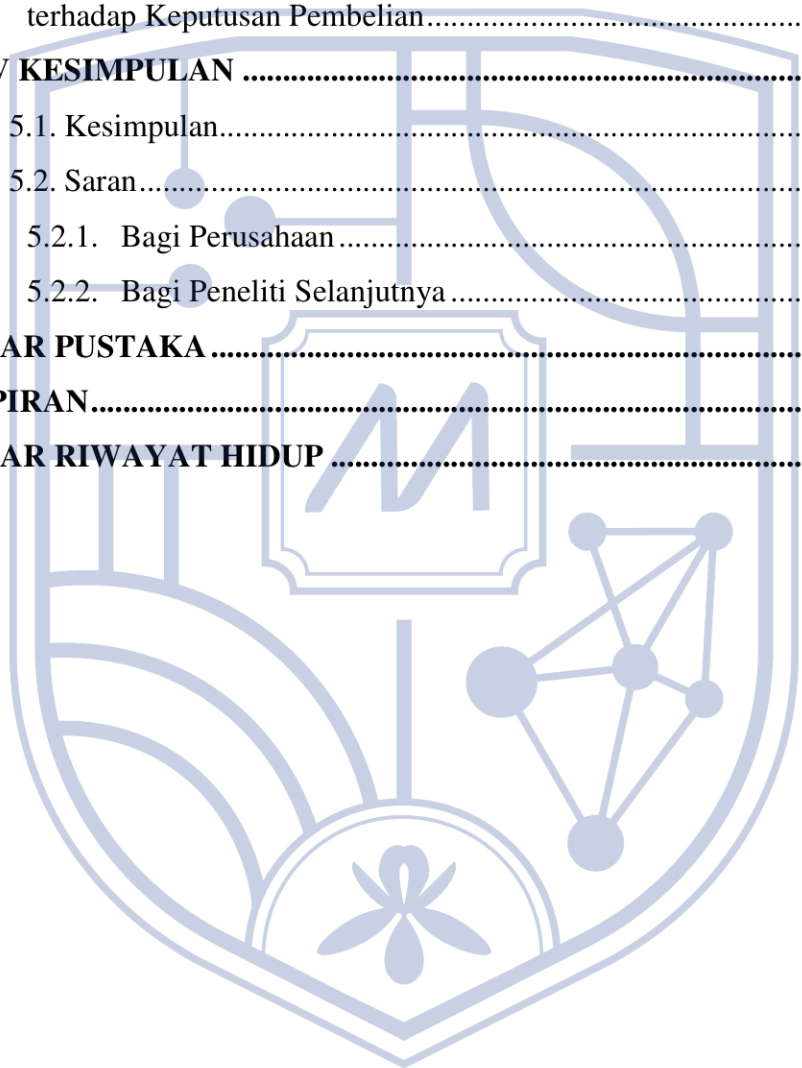
Rose Merry Tan

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.....	8
1.4. Tujuan.....	8
1.5. Manfaat.....	8
1.6. Originalitas Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Landasan Teori.....	11
2.1.1. Pemasaran	11
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.3. Strategi Pemasaran	12
2.1.4. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	12
2.1.5. Keputusan Pembelian.....	13
2.1.6. Harga.....	17
2.1.7. Promosi	19
2.1.8. Atmosfer Toko	21
2.1.9. Kualitas Produk.....	23
2.2. Penelitian Terdahulu	27
2.3. Kerangka Konseptual	33
2.4. Pengembangan Hipotesis	36
2.4.1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	36

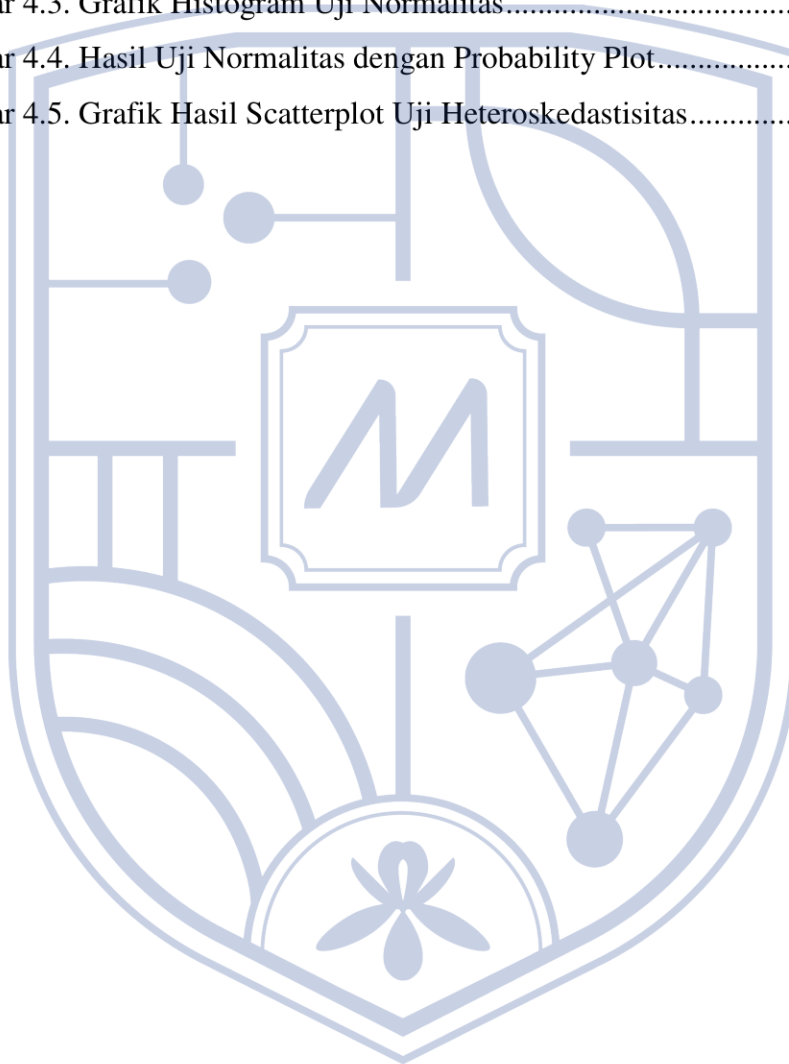
2.4.2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	36
2.4.3. Pengaruh Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian	36
2.4.4. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	37
2.4.5. Pengaruh Harga, Promosi, Atmosfer Toko, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1. Jenis Penelitian.....	39
3.2. Objek Penelitian	39
3.3. Metode Pengumpulan Data	39
3.3.1. Penelitian Lapangan (Data Primer).....	40
3.3.2. Studi Kepustakaan (Data Sekunder)	40
3.4. Populasi dan Sampel	41
3.4.1. Populasi.....	41
3.4.2. Sampel.....	41
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	42
3.6. Metode Analisis Data.....	44
3.6.1. Statistik Deskriptif	44
3.6.2. Pengujian Kualitas Data	45
3.6.3. Pengujian Asumsi Klasik	46
3.6.4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
3.6.5. Pengujian Hipotesis.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1. Hasil	51
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	51
4.1.2. Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner	54
4.1.3. Gambaran Umum Responden	54
4.1.4. Hasil Statistik Deskriptif	55
4.1.5. Hasil Uji Kualitas Data	59
4.1.6. Uji Asumsi Klasik.....	62
4.1.7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	66
4.1.8. Hasil Pengujian Hipotesis	67
4.2. Pembahasan.....	69

4.2.1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	69
4.2.2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4.2.3. Pengaruh Atmosfer Toko terhadap Keputusan Pembelian	72
4.2.4. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	73
4.2.5. Pengaruh Harga, Promosi, Atmosfer Toko, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	74
BAB V KESIMPULAN	75
5.1. Kesimpulan.....	75
5.2. Saran.....	75
5.2.1. Bagi Perusahaan	75
5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	81
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	114



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	35
Gambar 4.1 Restoran Pizza Hut	51
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	53
Gambar 4.3. Grafik Histogram Uji Normalitas.....	63
Gambar 4.4. Hasil Uji Normalitas dengan Probability Plot.....	63
Gambar 4.5. Grafik Hasil Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	65



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Hasil Kuesioner Pra-Survei Mengenai Keputusan Pembelian.....	2
Tabel 1.2. Hasil Kuesioner Pra-Survei Mengenai Harga Produk	3
Tabel 1.3. Hasil Kuesioner Pra-Survei Mengenai Promosi Produk.....	4
Tabel 1.4. Hasil Kuesioner Pra-Survei Mengenai Atmosfer Toko	5
Tabel 1.5. Hasil Kuesioner Pra-Survei Mengenai Kualitas Produk.....	6
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1. Skala Likert	40
Tabel 3.2. Definisi Operasional	43
Tabel 4.1. Rincian Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner.....	54
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.4. Hasil Statistik Deskriptif Harga	56
Tabel 4.5. Hasil Statistik Deskriptif Promosi	56
Tabel 4.6. Hasil Statistik Deskriptif Atmosfer Toko	57
Tabel 4.7. Hasil Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	58
Tabel 4.8. Hasil Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Harga.....	60
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Promosi	60
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Atmosfer Toko	60
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	61
Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	61
Tabel 4.14. Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 4.15. Hasil Uji Normalitas	64
Tabel 4.16. Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel 4.17. Hasil Uji Glejser.....	66
Tabel 4.18. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	66
Tabel 4.19. Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	67
Tabel 4.20. Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)	68
Tabel 4.21. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	81
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	88
Lampiran 3 Uji Statistik Deskriptif.....	101
Lampiran 4 Hasil Uji Kualitas Data.....	103
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	109
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	112
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis	113

