

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN,  
DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA FORE COFFEE CABANG  
THAMRIN PLAZA**

**SKRIPSI**

Oleh:

**DEVIN TIONARTO  
NIM. 22110484**



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

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, SERVICE QUALITY,  
AND STORE ATMOSPHERE ON PURCHASING DECISIONS  
AT FORE COFFEE THAMRIN PLAZA BRANCH***

**FINAL RESEARCH**

By:

**DEVIN TIONARTO**  
**Student Number. 222110484**



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

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA FORE COFFEE CABANG THAMRIN PLAZA**

**SKRIPSI**

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

Oleh :

**DEVIN TIONARTO**  
NIM. 222110484

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I,



Hanny Siagian, S.E., M.Si.

Dosen Pembimbing II,



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

Medan, 25 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 : 222110484  
Nama : Devin Tionarto

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

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian pada Fore Coffee cabang Thamrin Plaza  
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

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 Februari 2026

Saya yang membuat pernyataan,



Devin Tionarto

## ABSTRAK

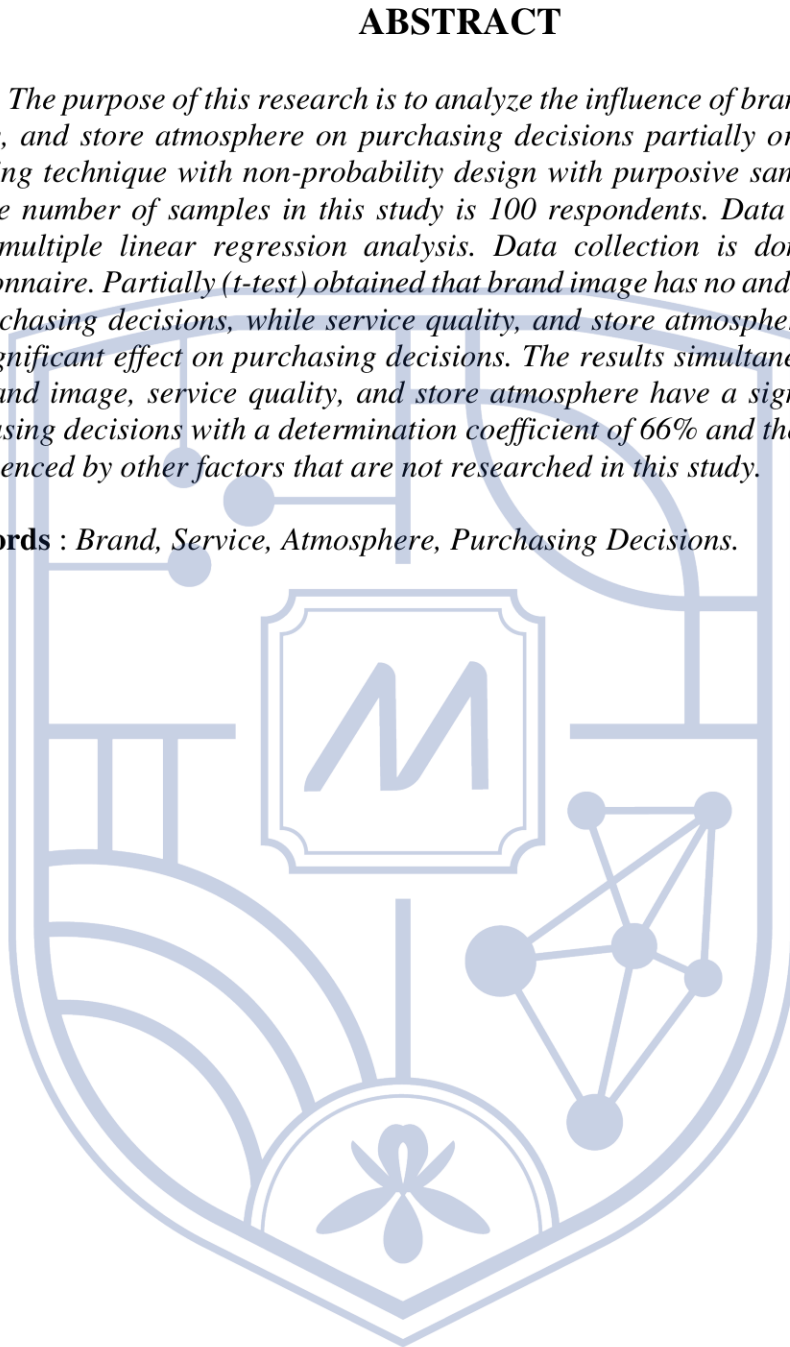
Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian secara parsial maupun secara simultan. Teknik pengambilan sampel dengan rancangan *non-probability* dengan pendekatan *purposive sampling*, dan jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, kuesioner. Secara parsial (uji t) diperoleh bahwa citra merek tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas pelayanan, dan *store atmosphere* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada hasil secara simultan membuktikan bahwa citra merek, kualitas pelayanan, dan *store atmosphere* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil koefisien determinasi sebesar 66% dan sisanya 34% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :** *Merek, Pelayanan, Atmosphere, Keputusan Pembelian.*

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to analyze the influence of brand image, service quality, and store atmosphere on purchasing decisions partially or simultaneously. Sampling technique with non-probability design with purposive sampling approach, and the number of samples in this study is 100 respondents. Data analysis method using multiple linear regression analysis. Data collection is done by interview, questionnaire. Partially (t-test) obtained that brand image has no and significant effect on purchasing decisions, while service quality, and store atmosphere have an effect and significant effect on purchasing decisions. The results simultaneously prove that the brand image, service quality, and store atmosphere have a significant effect on purchasing decisions with a determination coefficient of 66% and the remaining 34% is influenced by other factors that are not researched in this study.*

**Keywords :** *Brand, Service, Atmosphere, Purchasing Decisions.*



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian pada Fore Coffee cabang Thamrin Plaza.” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi kurikulum dan menyelesaikan pendidikan akhir Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis di Universitas Mikroskil Medan.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Hanny Siagian, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, saran, dukungan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Suci Pertiwi, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang dengan sabar memberikan arahan dan masukan yang sangat berharga bagi penyempurnaan penelitian ini.
3. Bapak Hardy, S.Kom., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
5. Ibu Christine, S.M., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil yang telah memberikan ilmu, bimbingan, serta pengalaman berharga selama masa perkuliahan, yang menjadi bekal penting dalam penyusunan skripsi ini.
7. Ibu saya yang selalu memberikan dukungan doa, semangat, perlengkapan dan lainnya serta dukungan moral selama masa studi.
8. Diri sendiri yang telah berhasil dalam memulai dan menyelesaikan skripsi ini.

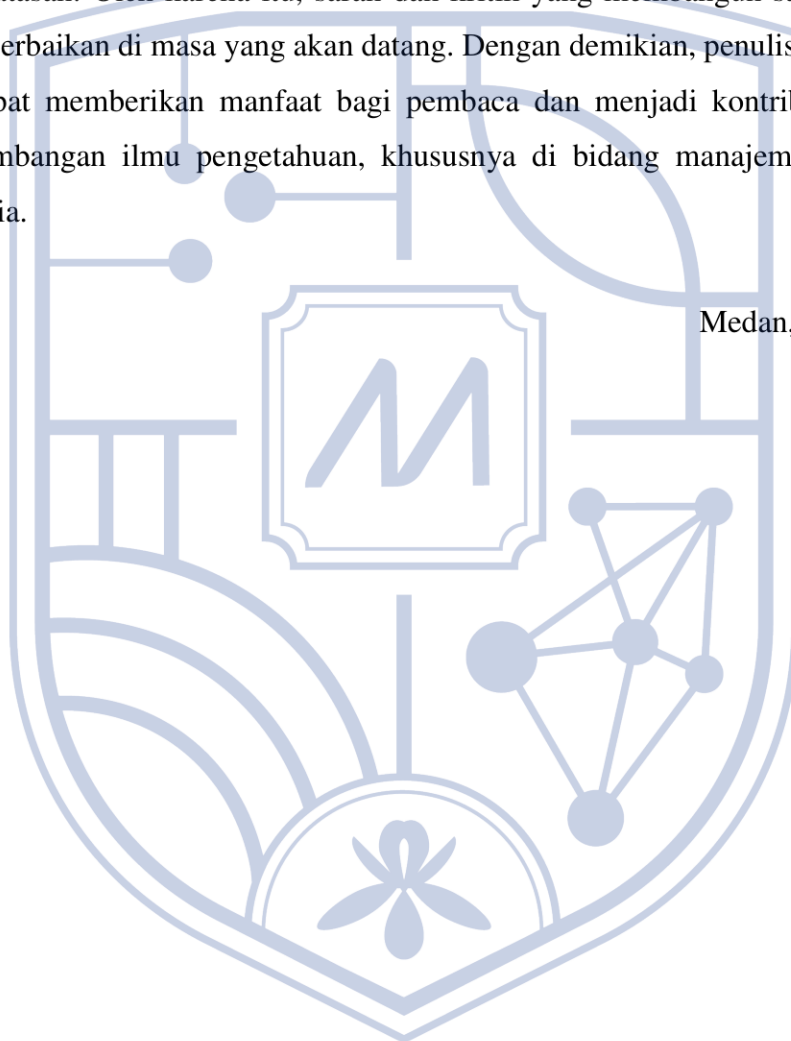
9. Teman-teman seperjuangan dan teman dekat saya selama masa perkuliahan yang selalu memberikan dukungan, dan semangat dalam menghadapi pengerjaan skripsi hingga terselesaikannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa yang akan datang. Dengan demikian, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen sumber daya manusia.

Medan, 14 Januari 2026

Penulis,

Devin Tionarto



## 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 TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Ruang Lingkup.....	15
1.4 Tujuan Penelitian .....	15
1.5 Manfaat Penelitian .....	16
1.6 Originalitas Penelitian.....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>18</b>
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Pemasaran .....	18
2.1.2 Cafe .....	22
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	23
2.1.4 Citra Merek .....	25
2.1.5 Kualitas Pelayanan .....	27
2.1.6 <i>Store Atmosphere</i> .....	31
2.2 Review Penelitian Terdahulu.....	34
2.3 Kerangka Konseptual.....	39
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	40
2.4.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	41
2.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian .....	41
2.4.3 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	42
2.4.4 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	43
3.2 Objek Penelitian.....	43

3.3 Metode Pengumpulan Data.....	43
3.4 Populasi dan Sampel.....	45
3.4.1 Populasi.....	45
3.4.2 Sampel.....	46
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	47
3.6 Metode Analisis Data.....	49
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	49
3.6.2 Pengujian Kualitas Data.....	49
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
3.6.5 Pengujian Hipotesis.....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>55</b>
4.1 Hasil.....	55
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	55
4.1.2 Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner.....	56
4.1.3 Gambaran Umum Responden.....	57
4.1.4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	58
4.1.5 Hasil Uji Kualitas Data.....	63
4.1.6 Uji Asumsi Klasik.....	66
4.1.7 Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
4.1.8 Uji Hipotesis.....	73
4.2 Pembahasan.....	76
4.2.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	76
4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	77
4.2.3 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.2.4 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	79
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>81</b>
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>86</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>113</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Review Penelitian Terdahulu .....	41
Tabel 3. 1 Skala pengukuran Likert .....	51
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	53
Tabel 4. 1 Pengiriman dan Pengambalian Kuesioner .....	70
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	71
Tabel 4. 4 Konsumsi Fore Coffee pertama kali cabang Thamrin Plaza.....	72
Tabel 4. 5 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek.....	72
Tabel 4. 6 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan .....	73
Tabel 4. 7 Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i> .....	74
Tabel 4. 8 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	75
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Citra Merek .....	76
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	77
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas <i>Store Atmosphere</i> .....	77
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	78
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas .....	79
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....	81
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	82
Tabel 4. 16 Hasil Uji Glejser.....	84
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	85
Tabel 4. 18 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	86
Tabel 4. 19 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	87
Tabel 4. 20 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	88

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data kunjungan cafe.....	7
Gambar 1. 2 Data gerai Fore Coffee .....	8
Gambar 1. 3 Pra survey keputusan pembelian .....	10
Gambar 1. 4 Pra survey keputusan pembelian .....	11
Gambar 1. 5 Pra survey citra merek.....	12
Gambar 1. 6 Pra survey citra merek.....	12
Gambar 1. 7 Pra survey citra merek.....	13
Gambar 1. 8 Pra survey citra merek.....	14
Gambar 1. 9 Pra survey kualitas pelayanan .....	15
Gambar 1. 10 Pra survey kualitas pelayanan .....	15
Gambar 1. 11 Pra survey kualitas pelayanan .....	16
Gambar 1. 12 Pra survey <i>store atmosphere</i> .....	17
Gambar 1. 13 Pra survey <i>store atmosphere</i> .....	18
Gambar 1. 14 Pra survey <i>store atmosphere</i> .....	18
Gambar 1. 15 Pra survey <i>store atmosphere</i> .....	19
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	46
Gambar 4. 1 Outlet Fore Coffee.....	62
Gambar 4. 2 Grafik Histogram.....	82
Gambar 4. 3 Grafik Normal Probability Plot .....	83
Gambar 4. 4 Grafik Scatterplot.....	85