

**“PENGARUH PROMOSI, LOKASI DAN *STORE*  
*ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI TOKO SRI AMERTHA  
BHAKTISERAGA”**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Untuk Memenuhi Persyaratan  
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen**



**Oleh  
I Kadek Krisnanda Putra  
NIM. 1917041098**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**

**2023**

# SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN  
MEMENUHI SYARAT – SYARAT MENCAPAI  
GELAR SARJANA MANAJEMEN**

**Menyetujui,**

Pembimbing I



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., MSi.  
NIP. 197611102014042001

Pembimbing II



Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M  
NIP. 198505042015042001

Skripsi oleh I Kadek Krisnanda Putra ini  
telah di pertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 24 Juli 2023

Dewan penguji,



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si  
NIP. 197611102014042001

(Ketua Penguji)



Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M  
NIP. 1985050420115042001

(Anggota)



Made Amanda Dewanti, S.E., M.M  
NIP. 199106072020122017

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi  
Universitas Pendidikan Ganesha  
guna memenuhi syarat – syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen

Pada,

Hari : Senin

Tanggal : 24 Juli 2023

Mengetahui,

Ketua Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si  
NIP. 196810291993032001

Sekretaris Ujian,



Made Amanda Dewanti, S.E., M.M  
NIP. 199106072020122017

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha



Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA  
NIP. 197906162002121003

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Promosi, Lokasi dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian di Toko Sri Amertha Bhaktiseraga” beserta seluruh isinya adalah benar – benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau klaim atas keaslian terhadap karya ini.

Singaraja, 26 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



I Kadek Krisnanda Putra  
NIM. 191704098



## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas Asung Kerta Wara Nugraha-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi, Lokasi dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian di Toko Sri Amertha Bhaktiseraga”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan mencapai gelarsarjana manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd, selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si., selaku Pembimbing I yang senantiasa memberikan motivasi, saran, membimbing, dan mengarahkan penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan, petunjuk, motivasi, serta bimbingan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
7. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang mendidik dan selalu memberi saran selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
8. Ayah I Ketut Suaman (Alm) dan Ibu Ni Made Artini yang selalu memberikan dukungan dan doa selama menempuh pendidikan.
9. Kekasih saya Ni Komang Pramudiasari yang selalu memberikan dukungan dan juga motivasi serta yang selalu menjadi penyemangat dalam pembuatan skripsi ini.

10. Sahabat seperjuangan, teman-teman penulis dan semua pihak yang terlibat dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu, semoga segala bantuan, dukungan dan kebaikannya mendapatkan pahala yang berlimpah dari TuhanYang Maha Esa.

Demikian skripsi ini disusun sudah barang tentu masih banyak kekurangannya. Untuk itu, kritik dan saran sangat diharapkan demi perbaikan penelitian kedepan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, terimakasih.

Singaraja, 16 Juni 2023

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>PRAKATA</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</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>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	12
1.4 Rumusan masalah .....	13
1.5 Tujuan Penelitian .....	14
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	14
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>16</b>
2.1 Keputusan Pembelian .....	16
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	16
2.1.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	17
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	18
2.2 Promosi .....	19
2.2.1 Pengertian Promosi .....	19
2.2.2 Indikator Promosi.....	21
2.3 Lokasi .....	21
2.3.1 Pengertian Lokasi.....	21
2.3.2 Dimensi Lokasi .....	23
2.3.3 Indikator Lokasi .....	24
2.4 <i>Store Atmosphere</i> .....	25
2.4.1 Pengertian <i>Store Atmosphere</i> .....	25
2.4.2 Dimensi <i>Store Atmosphere</i> .....	26
2.4.3 Indikator <i>Store Atmosphere</i> .....	28
2.5 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan .....	29



2.6 Hubungan Antar Variabel.....	32
2.6.1 Hubungan variabel promosi terhadap keputusan pembelian .....	32
2.6.2 Hubungan variabel lokasi terhadap keputusan pembelian.....	33
2.6.3 Hubungan variabel <i>Store Atmosphere</i> terhadap keputusan pembelian .....	34
2.6.4 Hubungan variabel promosi, lokasi dan <i>Store Atmosphere</i> bagi keputusan pembelian .....	35
2.7 Kerangka Pemikiran .....	36
2.8 Hipotesis Penelitian .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1 Rancangan Penelitian.....	38
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	38
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	39
3.4 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian.....	39
3.5 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	41
3.5.1 Metode Pengumpulan Data .....	41
3.5.2 Instrumen Pengumpulan Data .....	42
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data .....	44
3.6.1 Uji Asumsi Klasik .....	44
3.6.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	47
3.7 Pengujian Hipotesis .....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
4.1 Deskripsi Data Penelitian .....	51
4.2 Pengujian Instrumen Penelitian .....	52
4.2.1 Uji Validitas.....	52
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	53
4.3 Pengujian Asumsi Klasik.....	54
4.3.1 Uji Asumsi Klasik .....	54
4.4 Uji Regresi <i>Linier</i> Berganda.....	59
4.5 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	61
4.6 Pengujian Hipotesis .....	62

4.6.1 Pengaruh Promosi bagi Keputusan Pembelian di Toko Sri Amertha Bhaktiseraga .....	62
4.6.2 Pengaruh Lokasi bagi Keputusan Pembelian di Toko Sri Amertha Bhaktiseraga .....	62
4.6.3 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> bagi Keputusan Pembelian di Toko Sri Amertha Bhaktiseraga .....	63
4.6.4 Pengaruh Promosi, Lokasi, dan <i>Store Atmosphere</i> bagi Keputusan Pembelian di Toko Sri Amertha Bhaktiseraga .....	63
4.7 Pembahasan .....	64
4.7.1 Pengaruh Promosi bagi Keputusan Pembelian di Toko Sri Amertha Bhaktiseraga .....	64
4.7.2 Pengaruh Lokasi bagi Keputusan Pembelian di Toko Sri Amertha Bhaktiseraga .....	66
4.7.3 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> bagi Keputusan Pembelian di Toko Sri Amertha Bhaktiseraga .....	67
4.7.4 Pengaruh Promosi, Lokasi, dan <i>Store Atmosphere</i> bagi Keputusan Pembelian di Toko Sri Amertha Bhaktiseraga .....	68
4.8 Keterbatasan Penelitian .....	69
4.9 Implikasi .....	70
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>72</b>
5.1 Rangkuman .....	72
5.2 Simpulan .....	73
5.3 Saran .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 4. 1 Hasil Kuesioner Berdasarkan Usia .....	51
Tabel 4. 2 Hasil Kuesioner Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Data .....	53
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Data .....	54
Tabel 4. 5 Hasil Uji Non- Parametik <i>Kolmogorov Smirnov</i> .....	56
Tabel 4. 6 Tabel Multikolinearitas .....	57
Tabel 4. 7 Hasil Uji <i>Glejser</i> .....	58
Tabel 4. 8 Ringkasan Hasil Output SPSS Analisis Regresi Linier Berganda .....	60
Tabel 4. 9 Ringkasan Hasil Output SPSS Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) ..	61
Tabel 4. 10 Hasil Uji F <i>Output</i> ANOVA .....	64



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. 1 Survei Penjualan Eceran per Januari 2023.....	2
Gambar 1.2 Data 5 Provinsi dengan Rasio Minimarket per 100.000 penduduk tertinggi di Indonesia (2019).....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Pengaruh Promosi, Lokasi Dan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	36
Gambar 4. 1 Grafik Normal <i>P-Plot of Regression Standardized Residual</i> .....	55



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1. Grafik Penjualan Toko Sri Amertha Bhaktiseraga.....	78
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	79
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	83
Lampiran 4. Umur.....	93
Lampiran 5. Gender.....	93
Lampiran 6. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	93
Lampiran 7. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	95
Lampiran 8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	96

