

**Pengaruh Promosi Dan *Store Atmosphere*  
Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan  
(Studi Kasus Pada Distro Gaul Palembang)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar Strata Satu  
pada  
Program Studi Manajemen**

**SERLI OKTAPIANI**

**171510032**

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS BINA DARMA  
PALEMBANG**

**2022**

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH PROMOSI DAN *STORE ATMOSPHERE*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN  
(STUDI KASUS PADA DISTRO GAUL PALEMBANG)**

**SERLI OKTAPIANI**

**171510032**

**SKRIPSI**

Telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar strata satu pada  
Program studi Manajemen

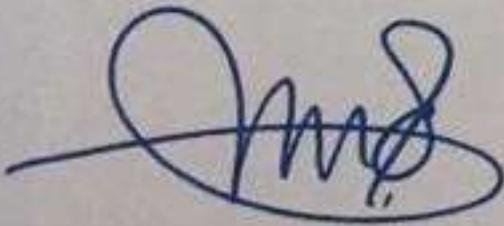
**Palembang, April 2022**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Bina Darma**

**Dekan,**

**Dosen Pembimbing,**



**(Efan Elpanso, S.E., M.M)**



**(Dr. Muji Gunarto, S.Si., M.Si)**

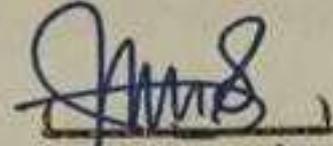
## HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi Berjudul : *Pengaruh Promosi Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan (Studi Kasus Pada Distro Gaul Palembang)*  
Telah dipertahankan didepan komisi penguji pada tanggal, 14 April 2022 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

### Komisi Penguji :

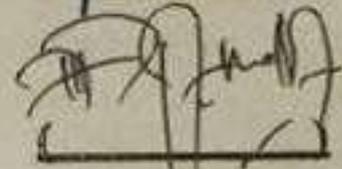
1. Efan Elpanso, S.E., M.M

Ketua



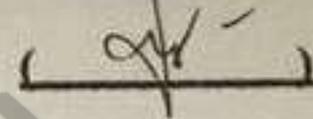
2. Dr. Dina Mellita, S.E., M.Ec.

Penguji 1



3. Trisninawati, S.E., M.M.

Penguji 2



Palembang, 14 April 2022

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi Manajemen

Universitas Bina Darma Palembang

Ketua Program Studi,



Dr. Dina Mellita, S.E., M.Ec.

## SURAT PERNYATAAN

Saya bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Serli Oktapiani

NIM : 171510032

Dengan ini menyatakan bahwa:

- Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Bima Darma atau perguruan tinggi lain;
- Skripsi ini murni gagasan, rumusan masalah dan penelitian saya sendiri dengan arahan tim pembimbing;
- Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukan ke dalam daftar pustaka;
- Saya bersedia skripsi yang saya hasilkan di cek keasliannya menggunakan *plagiarism checker* serta diunggah di internet, sehingga bisa diakses publik secara daring;
- Surat pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat di pergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, Maret 2022  
Yang membuat pernyataan,



Serli Oktapiani

171510032

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Serli Oktapiani  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat, Tanggal Lahir : Palembang, 18 Maret 1998  
Agama : Islam  
Status : Belum Menikah  
Alamat Domisili : Jalan Cinde Walang Lorong Pangeran Purbo  
: RT. 12A RW. 03 Kelurahan 24 Ilir Kecamatan  
: Bukit Kecil  
No Telp / Hp : 0895-6216-78637  
Alamat Email : [serlioktapiani18@gmail.com](mailto:serlioktapiani18@gmail.com)

### Pendidikan Formal:

- SD Negeri 160 Palembang 2010
- SMP Muhammadiyah 1 Palembang 2013
- SMA Negeri 1 Palembang 2016
- Universitas Bina Darma Palembang 2022

### Pendidikan Non Formal

- PT.Semen Baturaja (Persero) Tbk 2018
- Outbond 2017

## ABSTRAK

Persaingan bisnis global semakin membuka peluang pengusaha asing. Ditengah ketatnya persaingan, yang mengacu kepada pesaing yang berkembang saat ini, diharuskan mempunyai kreatifitas dan inovasi dalam menjalankan bisnis sehingga tidak tertinggal oleh pesaing lain. Salah satu bisnis yang berkembang pesat saat ini salah satunya adalah bisnis *fashion* Salah satu upaya yang ditempuh oleh perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan adalah perlunya ditunjang strategi pemasaran melalui orientasi bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, promosi, dan store atmosphere yaitu memberikan kenyamanan toko kepada konsumen. Untuk itu peneliti tertarik meneliti permasalahan terkait **“Pengaruh Promosi Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Distro Gaul di Palembang.”** Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui Promosi Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Distro Gaul di Palembang. Metodologi dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dengan metode analisis statistik menggunakan SPSS. Pengumpulan data menggunakan metode angket dan dokumentasi. Teknik analisis data ada uji validitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis statistik. Hasil dari penelitian yang diperoleh yaitu 1) penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa adanya pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pelanggan di distro gaul Palembang, 2) . Koefisien regresi store atmosphere sebesar 0,745 menunjukkan bahwa apabila harga produk mengalami peningkatan satu-satuan, maka keputusan pembelian pelanggan pada Distro Gaul Palembang meningkat sebesar 0,745 Satuan dengan asumsi hal-hal lain konstan, dan 3) variable promosi berpengaruh positif sebesar 0,902, variabel store atmosphere berpengaruh positif sebesar 0,745 dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Distro Gaul Palembang. Diantara 2 variabel yaitu promosi dan store atmosphere yang lebih dominan variabel promosi berpengaruh positif sebesar 0,902 terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** *Promosi, Store Atmosphere, Keputusan Pembelian*

## **ABSTRACT**

*Global business competition is increasingly opening up opportunities for foreign entrepreneurs. In the midst of intense competition, which refers to competitors who are currently developing, they are required to have creativity and innovation in running a business so that they are not left behind by other competitors. One of the businesses that is growing rapidly at this time is the fashion business. One of the efforts taken by the company in increasing sales volume is the need to be supported by a marketing strategy through a marketing mix orientation which includes products, prices, promotions, and store atmosphere, namely providing convenience stores to consumers. . For this reason, researchers are interested in researching problems related to "The Effect of Promotion and Store Atmosphere on Customer Purchase Decisions at Gaul Distros in Palembang." The purpose of this study is to determine the promotion and store atmosphere on customer purchasing decisions at the Gaul distribution in Palembang. The methodology in this research is quantitative with statistical analysis method using SPSS. Collecting data using questionnaires and documentation methods. Data analysis techniques include validity tests, classical assumption tests, and statistical hypothesis testing. The results of the research obtained are 1) this study succeeded in proving the first hypothesis which states that there is an influence of promotion on customer purchasing decisions in Palembang slang distributions, 2) . The store atmosphere regression coefficient of 0.745 indicates that if the product price has increased one unit, then the customer's purchase decision at the Gaul Palembang distribution increases by 0.745 units assuming other things are constant, and 3) the promotion variable has a positive effect of 0.902, the store atmosphere variable has a positive effect of 0.745 and is significant purchasing decisions at the Gaul Palembang distribution. Among the two variables, namely promotion and store atmosphere, which is more dominant, the promotion variable has a positive effect of 0.902 on purchasing decisions.*

**Keywords:** *Promotion, Store Atmosphere, Purchase Decision*

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTO

*“Waktu Bagaikan Pedang Jika kamu tidak Memanfaatkannya Dengan Baik Maka  
ia akan Memanfaatkanmu”*

*(Imam Syafi’I Rahimullah)*

#### **Kupersembahkan Kepada:**

- Orang Tuaku tercinta yang tak henti-hentinya dengan sabar dan ikhlas mendo’akan serta memberikan motivasi padaku
- Adikku sebagai inspirasi dan motivasiku dalam menuntut ilmu
- Almamaterku tercinta Universitas Bina Darma Palembang

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>.....</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Ruang Lingkup .....	9
1.6 Sistematika Penelitian.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Promosi .....	11
2.1.1 Pengertian Promosi .....	11
2.1.2 Faktor-Faktor Promosi .....	11
2.1.3 Tujuan Promosi .....	13
2.1.4 Sasaran Promosi .....	14
2.1.5 Indikator Promosi .....	15
2.2 <i>Store Atmosphere</i> .....	17
2.2.1 Pengertian <i>Store Atmosphere</i> .....	17
2.2.2 Tujuan <i>Store Atmosphere</i> .....	18

2.2.3 Faktor-Faktor <i>Store Atmosphere</i> .....	19
2.2.4 Indikator <i>Store Atmosphere</i> .....	20
2.3 Keputusan Pembelian .....	22
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	22
2.3.2 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian .....	23
2.3.3 Indikator-Indikator Keputusan Pembelian .....	26
2.3.4 Tahap dalam Keputusan Pembelian .....	28
2.4 Hubungan Antar Variabel .....	32
2.4.1 Hubungan antar <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	32
2.4.2 Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	33
2.5 Penelitian Terdahulu .....	33
2.6 Kerangka Teori .....	36
2.7 Hipotesis Penelitian .....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
3.1 Objek Penelitian .....	38
3.2 Operasional Variabel .....	38
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	40
3.3.1 Jenis Penelitian .....	40
3.3.2 Sumber Data .....	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.4.1 Angket .....	42
3.4.2 Dokumentasi .....	43
3.5 Populasi dan Sampel .....	43
3.5.1 Populasi .....	4
3.5.2 Sampel .....	43
3.6 Teknik Analisis Data .....	44
3.6.1 Uji Instrumen Penelitian .....	44
1. Uji Validitas .....	44
2. Uji Realibilitas .....	45
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	45

1. Uji Normalitas .....	46
2. Uji Homogenitas .....	46
3.6.3 Uji Hipotesis Statistik .....	47
1. Analisis Regresi Linear Berganda .....	47
2. Uji Hipotesis (Uji t) .....	48
3. Uji Silmutan Uji F .....	48
3.7 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	49
3.7.1 Definisi Operasional .....	49
3.7.2 Pengukuran Variabel .....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>51</b>
4.1 Gambaran Umum Distro Gaul Palembang .....	51
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	51
4.1.2 Lokasi Distro Gaul Palembang .....	51
4.1.3 Visi dan Misi Distro Gaul Palembang .....	52
4.1.4 Produk Distro Gaul Palembang .....	52
4.1.5 Pemasaran Distro Gaul Palembang .....	53
4.1.6 Struktur Organisasi Distro Gaul Palembang .....	53
4.2 Karakteristik Responden .....	54
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
4.2.2 Responden Berdasarkan Umur .....	55
4.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	55
4.3 Deskripsi Data Penelitian .....	56
4.4 Hasil Tabulasi Kuesioner .....	57
4.5 Hasil Uji Instrumen .....	63
4.5.1 Uji Validitas .....	63
4.5.2 Ujia Reliabilitas .....	65
4.6 Pengujian Asumsi Klasik .....	65
4.6.1 Uji Normalitas .....	66
4.6.2 Uji Homogenitas .....	67
4.7 Uji Hipotesis Statistik .....	68
4.7.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	68

4.7.2 Uji Hipotesis (Uji t) .....	70
4.7.3 Uji Silmutan / Uji F .....	71
4.8 Koefisien Determinasi .....	72
4.9 Pembahasan .....	72
4.9.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Distro Gaul di Palembang .....	72
4.9.2 Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Distro Gaul di Palembang .....	73
4.9.3 Pengaruh Promosi dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Distro Gaul di Palembang.....	74
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>76</b>
5.1 Kesimpulan .....	76
5.2 Saran .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	39
Tabel 3.2 Skor Angket .....	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	55
Tabel 4.4 Hasil Tabulasi Kusioner Promosi (X1) .....	57
Tabel 4.5 Hasil Tabulasi Kusioner Store Atmosphere (X2) .....	59
Tabel 4.6 Hasil Tabulasi Kusioner Keputusan Pembelian Pelanggan (Y) .....	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Angket Pengaruh Promosi Pada Distro Gaul Palembang .....	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Angket Pengaruh Store Atmospher Pada Distro Gaul Palembang .....	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Angket Keputusan Pembelian Pada Distro Gaul Palembang .....	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Pada Distro Gaul Palembang .....	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Pada Distro Gaul Palembang .....	66
Tabel 4.12 Hasil Uji Homogenitas Pada Distro Gaul Palembang .....	67
Tabel 4.13 Hasil Regresi Berganda Pada Distro Gaul Palembang .....	68
Tabel 4.14 Hasil Uji t Pada Distro Gaul Palembang .....	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis Ketiga (H3) .....	71
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi .....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian .....	28
Gambar 2.2 Pengaruh Promosi dan Store Atmosphere Terhadap Pembelian .....	36
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Distro Gaul Palenbang .....	53



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Data Tabulasi

Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

Lampiran 4 : Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 5 : Hasil Regresi Berganda

Lampiran 6 : Hasil Koefisien Determinasi

Lampiran 7 : Hasil Uji F dan Uji T

Lampiran 8 : Foto Tempat Penelitian

Lampiran 9 : Hasil Turnitin Skripsi