

Judul Penelitian : Pengaruh *Store Atmosphere*, Diferensiasi Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mear Swalayan

Dosen Pembimbing I : Dr. Drs. Ec. Eko Widodo, M.M

II : Ustadus Sholihin, S.E.,M.M

Nama Mahasiswa : Diyah Astutik

NPM : 20130210334

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui, menjelaskan dan membuktikan hipotesis bahwa *store atmosphere*, *diferensiasi* produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di Mekar Swalayan. Metode penelitian kuantitatif asosiasi kausal digunakan dalam penelitian ini, dimana metode pengambilan sampelnya adalah *accidental sampling* dengan menggunakan kuesioner dan skala Likert.. Sampel penelitian ini berjumlah 384 responden dengan penggunaan rumus *Lemeshow*, yang syarat penggunaannya berlaku pada populasi yang tidak diketahui atau tidak terbatas. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 25 untuk windows.

Penelitian ini menunjukkan bahwa, *store atmosphere*, *diferensiasi* produk, dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Mekar Swalayan dibuktikan dengan signifikansi nilai uji t sebesar $0.000 < 0.05$. Dan pada uji F *store atmosphere*, *diferensiasi* produk, dan kualitas pelayanan terdapat berpengaruh secara simultan dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Batasan Masalah.....	6
1.3. Rumusan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Manfaat Akademik	7
1.5.2 Manfaat Operasional	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Tinjauan dan Kajian Pustaka	9
2.2.1 Manajemen Pemasaran	9
2.2.2 <i>Store Atmosphere</i> (Suasana Toko).....	16
2.2.3 Diferensiasi Produk	19
2.2.4 Kualitas Pelayanan.....	21
2.2.5 Keputusan Pembelian.....	22
2.3. Teori Hubungan Antar Variabel.....	25
2.3.1 Pengaruh Variabel <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.3.2 Pengaruh Variabel Deferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.3.3 Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	27

2.4. Kerangka Teori	27
2.5. Formulasi Hipotesis	29
2.5.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.5.2 Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.5.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.5.4 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> , Diferensiasi Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.6. Hipotesis Operasional	31
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1. Ruang Lingkup Penelitan	34
3.2. Jenis Penelitian.....	34
3.3. Lokasi Penelitian	35
3.4. Populasi dan Sampel	35
3.5. Teknik Pengambilan Sampel	35
3.6. Penentuan Jumlah Sampel	36
3.7. Jenis Data dan Teknik Pengumpulannya	37
3.7.1 Jenis Data.....	37
3.7.2 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.8. Identifikasi Variabel Penelitian	38
3.9. Definisi Operasional Variabel	39
3.10 Teknik Analisis Data.....	42
3.10.1 Uji Validitas	43
3.10.2 Uji Reliabilitas.....	44
3.10.3 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.10.4 Pengujian Hipotesis	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1. Hasil Penelitian.....	50
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	50
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	51
4.1.3 Struktur Organisasi.....	51

4.2. Pembahasan Hasil Penelitian	54
4.2.1 Objek Penelitian	54
4.2.2 Deskripsi Penelitian.....	54
4.2.3 Deskripsi Variabel Penelitian	56
4.2.4 Pegujian Instrumen Penelitian	61
4.3. Interpretasi Data.....	69
BAB V PENUTUP.....	71
5.1. Kesimpulan	71
5.2. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	78