



**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, DISKON, WOM, DAN LOKASI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(STUDI PADA KONSUMEN BENTO KOPI KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang
pendidikan Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muria Kudus

Oleh :

ZAKIYATUL KHASANAH

202011214

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2024

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, DISKON, WOM, DAN LOKASI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(STUDI PADA KONSUMEN BENTO KOPI KUDUS)**

Nama : Zakiyatul Khasanah

NIM : 202011214

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 11 November 2024.....

Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.)

NIDN. 0628048702

Pembimbing II



(Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K.)

NIDN. 0610019601

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)

NIDN. 0024037701

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, DISKON, WOM, DAN LOKASI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(STUDI PADA KONSUMEN BENTO KOPI KUDUS)**

Nama : Zakiyatul Khasanah
NIM : 202011214
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 08 Januari 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I



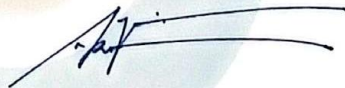
(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.)
NIDN. 0628048702

Mengetahui,



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K.)
NIDN. 0610019601

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain),”

(QS. Al-Insyirah 94: Ayat 6-7)

“Rasakanlah setiap proses yang kamu tempuh dalam hidupmu, sehingga tau betapa hebatnya dirimu sudah berjuang sampai detik ini”

Persembahan :

Penulis mempersembahkan skripsi ini orang tua yang selalu mendoakan, memberikan dukungan, dan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Store Atmosphere*, Diskon, WOM, dan Lokasi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Bento Kopi Kudus)”**. Disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Studi Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa doa, dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini berlangsung. Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberi izin dalam penyusunan skripsi ini.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan izin serta kemudahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing pertama atas segala arahan serta bimbingan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
5. Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K selaku Dosen Pembimbing kedua segala arahan serta bimbingan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.

6. Seluruh jajaran dosen pengajar dan staf karyawan fakultas ekonomi dan bisnis atas bekal ilmu, bantuan pelayanan, dan kerjasamanya selama perkuliahan hingga saat ini.
7. Pihak Bento Kopi Kudus yang telah memberikan izin serta meluangkan waktu guna pengisian kuesioner penelitian.
8. Kepada keluarga yang senantiasa memberi nasihat, doa, serta dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman yang selalu memberikan dukungan semangat dan bantuan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Terakhir untuk diri saya sendiri atas kerja keras dan semangat berjuang sejauh ini yang tidak pantang menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan agar lebih baik dan bermanfaat bagi pembaca.

Kudus, 14 November 2024

Penulis

Zakiyatul Khasanah

NIM. 202011214

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, DISKON, WOM, DAN LOKASI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(STUDI PADA KONSUMEN BENTO KOPI KUDUS)**

Zakiyatul Khasanah
202011214

Pembimbing 1: Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.

2: Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, diskon, WOM, dan lokasi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bento Kopi Kudus. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 125 orang. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel *store atmosphere* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di Bento Kopi Kudus, diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Bento Kopi Kudus, WOM (*Word Of Mouth*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Bento Kopi Kudus, lokasi penjualan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di Bento Kopi Kudus. Secara simultan *store atmosphere*, diskon, WOM (*Word Of Mouth*), dan lokasi penjualan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di Bento Kopi Kudus.

Kata kunci : *Store atmosphere*, diskon, WOM (*Word Of Mouth*), lokasi penjualan, keputusan pembelian konsumen

***THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, DISCOUNTS, WOM, AND
SALES LOCATION ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS (STUDY
ON CONSUMER BENTO COFFEE KUDUS)***

Zakiyatul Khasanah
202011214

Advisor : 1: Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.
2: Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K.

MURIA KUDUS UNIVERSITY
**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDY PROGRAM OF
MANAGEMENT**

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of store atmosphere, discounts, sales, and sales location on consumer purchasing decisions at Bento Kopi Kudus. The sampling technique used purposive sampling with a total of 125 respondents. The data collection tool used was a questionnaire which was then analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests and multiple linear regression tests. The results of the research show that partially the store atmosphere variable has a negative and insignificant effect on purchasing decisions at Bento Kopi Kudus, discounts have a positive and significant effect on consumer purchasing decisions at Bento Kopi Kudus, WOM (Word Of Mouth) has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions at Bento Kopi Kudus, the sales location has no influence and is not significant on purchasing decisions at Bento Kopi Kudus. Simultaneously store atmosphere, discounts, WOM (Word Of Mouth), and sales location have a positive influence on consumer purchasing decisions at Bento Kopi Kudus.

Keywords: Store atmosphere, discount, WOM, sales location, consumer purchasing decisions

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Ruang Lingkup	16
1.3 Perumusan Masalah	17
1.4 Tujuan Penelitian	18
1.5 Manfaat Penelitian	19
BAB II	20
TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Perilaku Konsumen	20
2.1.1 Definisi Perilaku Konsumen	20
2.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	21
2.2 Keputusan Pembelian Konsumen	24
2.2.1 Definisi Keputusan Pembelian Konsumen	24
2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	26
2.2.3 Tahapan Keputusan Pembelian Konsumen	27
2.2.4 Indikator Keputusan Pembelian Konsumen	29
2.3 <i>Store Atmosphere</i>	31
2.3.1 Definisi <i>Store Atmosphere</i>	31
2.3.2 Indikator <i>Store Atmosphere</i>	32

2.4	Diskon	36
2.4.1	Definisi Diskon	36
2.4.2	Indikator Diskon	37
2.5	WOM.....	38
2.5.1	Definisi WOM (<i>Word of mouth</i>).....	38
2.5.2	Indikator WOM.....	38
2.6	Lokasi Penjualan	40
2.6.1	Definisi Lokasi Penjualan	40
2.6.2	Indikator Lokasi Penjualan	40
2.7	Pengaruh Antar Variabel	41
2.7.1	Pengaruh Variabel <i>Store atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	41
2.7.2	Pengaruh Variabel Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	43
2.7.3	Pengaruh Variabel WOM Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen 44	
2.7.4	Pengaruh Variabel Lokasi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	45
2.8	Penelitian Terdahulu	46
2.9	Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis.....	49
2.9.1	Kerangka Pemikiran Teoritis	49
2.9.2	Hipotesis.....	50
BAB III		52
METODE PENELITIAN		52
3.1	Rancangan Penelitian	52
3.2	Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	53
3.2.1	Variabel Penelitian	53
3.2.2	Definisi Operasional Variabel.....	54
3.3	Jenis Dan Sumber Data	57
3.3.1	Jenis Data	57
3.3.2	Sumber Data.....	58
3.4	Populasi Dan Sampel Penelitian	58
3.4.1	Populasi Penelitian.....	58
3.4.2	Sampel Penelitian.....	59

3.5	Pengumpulan Data	60
3.5.1	Observasi.....	61
3.5.2	Kuesioner (Angket).....	61
3.6	Uji Instrumen Penelitian.....	62
3.6.1	Uji Validitas	62
3.6.2	Uji Reliabilitas	63
3.7	Pengolahan Data.....	63
3.8	Analisis Data	66
3.8.1	Uji Asumsi Klasik.....	66
3.8.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
3.8.3	Uji t	69
3.8.4	Uji F	70
3.8.5	Koefisien Determinasi (R^2).....	70
BAB IV		71
HASIL DAN PEMBAHASAN		71
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	71
4.2	Penyajian Data.....	72
4.2.1	Karakteristik Responden	72
4.2.2	Tanggapan Responden terhadap Variabel.....	76
4.3	Uji Instrumen Penelitian.....	81
4.3.1	Hasil Uji Validitas.....	81
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas	83
4.4	Analisis Data	84
4.4.1	Hasil Uji Asumsi Klasik	84
4.5	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	88
4.6	Hasil Uji Hipotesis	90
4.6.1	Hasil Uji t (Uji Parsial)	90
4.6.2	Hasil Uji F (Uji Simultan).....	92
4.6.3	Koefisien Determinasi.....	93
4.7	Pembahasan.....	94
4.7.1	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bento Kopi Kudus.....	94

4.7.2 Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bento Kopi Kudus	95
4.7.3 Pengaruh WOM Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bento Kopi Kudus	97
4.7.4 Pengaruh Lokasi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bento Kopi Kudus.....	98
4.7.5 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> , Diskon, WOM, dan Lokasi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bento Kopi Kudus.....	99
BAB V.....	100
KESIMPULAN DAN SARAN.....	100
1.1 Kesimpulan.....	100
1.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN.....	111

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1Daftar Coffee Shop di Kudus.....	4
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	74
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	75
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Frekuensi pembelian	76
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Store atmosphere</i>	77
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Pada Variabel Diskon	78
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Pada Variabel Wom.....	79
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Pada Variabel Lokasi Penjualan.....	80
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian Konsumen	81
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	82
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	83
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	84
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	86
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	87
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	88
Tabel 4.16 Hasil Uji t.....	90
Tabel 4.17 Hasil Uji F	92
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinasi	93

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Konsumsi Kopi di Indonesia tahun 2022-2024	2
Gambar 1.2 Gambaran suasana di Bento Kopi Kudus.....	9
Gambar 1.3 Diskon Pada Bento Kopi Kudus.....	10
Gambar 1.4 Ulasan Konsumen Mengenai Bento Kopi Kudus	13
Gambar 1.5 Ulasan Konsumen Mengenai Bento Kopi Kudus	14
Gambar 4.1 Logo Bento Kopi.....	71