

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SUASANA
(STORE ATMOSPHERE) DAN PROMOSI MEDIA SOSIAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi pada Warung Kopi Tuan Malam di Kota Tegal)

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Rina Safitri

NIM : 43119010061

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

JAKARTA

2023

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SUASANA
(STORE ATMOSPHERE) DAN PROMOSI MEDIA SOSIAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi pada Warung Kopi Tuan Malam di Kota Tegal)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Rina Safitri

NIM : 43119010061

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rina Safitri
NIM : 43119010061
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SUASANA (STORE ATMOSPHERE) DAN PROMOSI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Warung Kopi Tuan Malam di Kota Tegal)
Tanggal Sidang : 10 Agustus 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Muhamad, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 08232659



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana (*Store Atmosphere*) dan Promosi Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Warung Kopi Tuan Malam Kota Tegal”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterimakasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof Dr. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Jajaran Program studi manajemen S1, Bapak Dr. Eri Marlapa SE., MM selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Muhammad SE., M.M, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.

6. Kepada kedua Orang Tua tercinta yang telah memberikan dukungan baik moril maupun material serta doa restu dan tiada hentinya memberikan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
7. Pihak warung kopi tuan malam di Kota Tegal, yang telah memberikan ijin penulis untuk melakukan penelitian
8. Temen Seperjuangan Sarah, Sabil, Esti, Heli, Bela yang selalu memberikan semangat, motivasi dan mendorong penulis untuk segera menyelesaikan skripnya.
9. Jodoh Penulis kelak kamu adalah salah satu alasan penulis menyelesaikan skripsi ini meskipun saat ini penulis tidak mengetahui keberadaanmu. Karena penulis yakin bahwa sesuatu yang ditakdirkan menjadi milik kita akan menuju kepada kita bagaimanapun caranya.

Penulis menyadari manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 10 Agustus 2023



Rina Safitri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
A. Kajian Pustaka	11
1. Manajemen Pemasaran	12
2. Perilaku Konsumen	12
3. <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA)	14
4. Keputusan Pembelian	14
a. Pengertian Keputusan Pembelian	14
b. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	15
1. Kualitas Pelayanan	15
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	16
b. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	17
c. Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan	17

2. Store Atmosphere (Suasana Toko)	17
a. Pengertian <i>Store Atmosphere</i> (Suasana Toko)	18
b. Dimensi <i>Store Atmosphere</i> (Suasana Toko)	19
2. Promosi Media Sosial	19
a. Pengertian Promosi Media Sosial	20
b. Indikator Promosi Media Sosial	21
B. Penelitian Terdahulu	22
C. Rerangka Pemikiran	34
D. Pengembangan Hipotesis	35
1. Hubungan Kualitas Pelayanan pada Keputusan Pembelian	35
2. Hubungan Suasana (<i>Store Atmosphere</i>) pada Keputusan Pembelian	36
3. Hubungan Promosi Media Sosial pada Keputusan Pembelian	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
A. Waktu dan Tempat Penelitian	38
B. Desain Penelitian	38
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	39
1. Definisi Variabel	39
2. Operasionalisasi Variabel	41
D. Skala Pengukuran Variabel	46
E. Populasi dan Sampel	47
1. Populasi	47
2. Sampel Penelitian	47
F. Metode Pengumpulan Data	49
G. Metode Analisis Data	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
A. Analisis Deskriptif	55
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
2. Deskriptif Responden	56
3. Deskriptif Jawaban Responden	58
B. Analisis Data	65

1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	65
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model)	70
C. Pembahasan Hasil Penelitian	74
1. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian	74
2. Hubungan Suasana dengan Keputusan Pembelian	74
3. Hubungan Promosi Media Sosial dengan Keputusan	75
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	76
A. Simpulan	76
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	83



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data pengunjung Warung Kopi Tuan Malam 2021-2023	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Warung Kopi Tuan Malam 2021-2023	3
Tabel 1.3 Prasurvey Penelitian Warung Kopi Tuan Malam	6
Tabel 1.4 GAP Research	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Operasional Variabel Kualitas Pelayanan, Suasana (<i>Store Atmosphere</i>) dan Promosi Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian	41
Tabel 3.2 Hasil Uji Pre-Test	45
Tabel 3.3 Instrument Skala Likert	47
Tabel 4.1 Tingkat <i>Respom Rate</i>	56
Tabel 4.2 Pertanyaan Saringan	56
Tabel 4.3 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.4 Profil Responden berdasarkan Usia	58
Tabel 4.5 Profil Responden berdasarkan Pendidikan	58
Tabel 4.6 Deskriptif Kualitas Pelayanan	59
Tabel 4.7 Deskriptif Suasana	61
Tabel 4.8 Deskriptif Promosi Media Sosial	62
Tabel 4.9 Deskriptif Keputusan Pembelian	63
Tabel 4.10 Hasil pengujian <i>Convergent validity</i>	65
Tabel 4.11 Hasil pengujian <i>Discriminat vaidity (Cross loadings)</i>	68
Tabel 4.12 Hasil Pengujian AVE	70
Tabel 4.13 Hasil pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	70
Tabel 4.14 Hasil pengujian <i>R-Square</i>	71
Tabel 4.15 Hasil pengujian Hipotesis	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS	67
Gambar 4.2 Uji Bootstrapping	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian	84
Lampiran 2 Kuesioner	85
Lampiran 3 Jawaban Responden	91
Lampiran 4 Deskripsi Responden	111
Lampiran 5 Deskripsi Variabel	112
Lampiran 6 Uji Model Pengukuran	116
Lampiran 7 Uji Model Struktural	

