

**PENGARUH SUASANA TOKO, CITRA MEREK DAN
VARIETAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI COFFE SHOP JANJI JIWA**

SKRIPSI



Nama: Yudhi Rachmawan

NIM: 43120120025

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

**PENGARUH SUASANA TOKO, CITRA MEREK DAN
VARIETAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI COFFE SHOP JANJI JIWA**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh:
Yudhi Rachmawan
43120120025

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yudhi Rachmawan

NIM : 43120120025

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa Skripsi ini murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan Skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (Penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 12 Desember 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Yudhi Rachmawan

43120120025

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : YUDHI RACHMAWAN
NIM : 43120120025
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH SUASANA TOKO, CITRA MEREK DAN VARIETAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI COFFE SHOP JANJI JIWA
Hasil Pengecekan Turnitin : 25%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **25%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 25 August 2025
Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS
 MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

 2025/Agustus/25/0000000402/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama .. Yudhi Rachmawan
NIM .. 43120120025
Program Studi .. SI Manajemen
Judul Skripsi .. Pengaruh Suasana Toko, Citra Merek Dan Varietas Terhadap Keputusan Pembelian Di Coffe Shop Janji Jiwa
Tanggal Sidang .. 20 Maret 2025

Disahkan oleh:

Pembimbing



Dr. Eri Mariapa, s.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi SI Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-03254983



scan in QR or [click here](#) QR

to
Verification

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Coffee Shop Janji Jiwa, dengan mempertimbangkan variabel Suasana Toko, Citra Merek, dan Varietas. Seiring dengan pesatnya perkembangan dunia usaha di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir, industri kopi, termasuk Coffee Shop Janji Jiwa, menghadapi persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, diperlukan strategi untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode analisis Structural Equation Model (SEM) melalui perangkat lunak Smart-PLS. Objek penelitian adalah konsumen Coffee Shop Janji Jiwa dengan total 133 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Suasana Toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Begitu pula dengan Citra Merek dan Varietas, yang masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Coffee Shop Janji Jiwa.

Kata Kunci: Suasana Toko, Citra Merek Dan Varietas Terhadap Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study aims to analyze the factors influencing consumer purchasing decisions at Janji Jiwa Coffee Shop by considering Store Atmosphere, Brand Image, and Variety as key variables. With the rapid growth of businesses in Indonesia in recent years, the coffee industry, including Janji Jiwa Coffee Shop, faces increasingly intense competition. Therefore, strategic efforts are needed to enhance consumer purchasing decisions. This research employs a descriptive quantitative approach using the Structural Equation Model (SEM) analysis through the Smart-PLS software. The study's object consists of 133 respondents who are consumers of Janji Jiwa Coffee Shop. The results indicate that the Store Atmosphere variable has a positive and significant effect on purchasing decisions. Similarly, Brand Image and Variety also have a positive and significant influence on consumer purchasing decisions at Janji Jiwa Coffee Shop.

Keywords: Store Atmosphere, Brand Image and Variety on Purchasing Decisions



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah Ta'ala atas segala nikmatNya sehingga Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Suasana Toko, Citra Merek Dan Varietas Terhadap Keputusan Pembelian Di Coffeshop Janji Jiwa”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dr. Eri Marlapa, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada: Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng., MT selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.

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, ST, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Eri Marlapa, MM selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing, mengarahkan, serta memberikan semangat dan saran-saran beserta motivasi kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat tersusun.
5. Seluruh dosen yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.
6. Kedua Orang Tua yang penulis sangat cintai dan sayangi yang juga telah membesarkan dan mendidik serta memberi dukungan dan doa yang tiada hentinya kepada penulis.
7. Kepada Teman-teman seperjuangan saya yaitu Azzah Dahlia, Priska Ayu Wardani, dan Danang Pamungkas, terimakasih juga untuk kalian yang sudah selalu ada di suka duka perkuliahan ini sudah menjadi sahabat yang baik dan saling support satu sama lain.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam ini. Terima kasih



Jakarta, 24 Maret 2024

Yudhi Rachmawan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR HASIL PENGECEKAN PLAGIASI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
A. Kajian Pustaka	14
1. Manajemen Pemasaran	14
a. Pengertian Manajemen Pemasaran	14
b. Fungsi Manajemen Pemasaran	14
2. Keputusan Pembelian	15
a. Pengertian Keputusan Pembelian	15
b. Tipe-Tipe Keputusan Pembelian	16
c. Proses Keputusan Pembelian	18
d. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	24
3. Suasana Toko	25
a. Pengertian Suasana Toko	25
b. Indikator Suasana Toko	26
c. Metode Penetapan Suasana Toko	27

d. Dimensi dan Indikator Suasana Toko	28
4. Citra Merek	29
a. Pengertian Citra Merek	29
b. Karakteristik Citra Merek	30
c. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk	30
5. Varietas	31
a. Pengertian Varietas	31
b. Tujuan Varietas	32
c. Fungsi Varietas	32
d. Dimensi dan Indikator Varietas	33
6. Penelitian Terdahulu	36
B. Pengembangan Hipotesis	40
C. Rerangka Konseptual	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Waktu dan Tempat Penelitian	42
B. Desain Penelitian	42
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	44
1. Definisi Variabel	44
2. Operasionalisasi Variabel	45
D. Skala Pengukuran Variabel	47
E. Populasi dan Sampel	47
1. Populasi	47
2. Sampel	48
F. Metode Pengumpulan Data	48
G. Metode Analisis Data	49
1. Analisis Deskriptif	49
2. PLS (Partial Least Square)	50
3. Uji Hipotesis	50

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
A. Gambaran Umum Perusahaan	53
B. Analisis Deskriptif	55
1. Karakteristik Responden	55
2. Deskriptif Jawaban Responden	58
C. Hasil Uji Kualitas Data	63
1. Evaluasi Measurement (Outer Model)	63
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model)	68
D. Pembahasan Hasil Penelitian	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	72
A. Simpulan	72
B. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	79



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Pesaing Kopi	3
1.2	Produksi Kopi di Indonesia	3
1.3	Jenis Kopi yang ada di Coffee Shop Janji Jiwa	10
1.4	Hasil Pra Survey	11
2.1	Tipe-Tipe Keputusan Pembelian	16
2.2	Penelitian Terdahulu	33
3.1	Operasionalisasi Variabel	45
3.2	Skala Likert	47
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	57
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini	57
4.5	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Suasana Toko	58
4.6	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Citra Merek	59
4.7	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Varietas	60
4.8	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian	62
4.9	Hasil Pengujian Convergent Validity	64
4.10	Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross Loadings)	66
4.11	Hasil Pengujian AVE	67
4.12	Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium)	67
4.13	Hasil Pengujian Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	68
4.14	Nilai R ² Variabel Endogen	69
4.15	Hasil Pengujian Hipotesis	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1.	Proses Keputusan Pembelian Konsumen	16
2.2.	Rerangka Konseptual	42
4.1.	Hasil Algoritma PLS	65
4.2.	Hasil Uji Bootstrapping	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	79
2.	Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden	83
3.	Hasil Kuesioner Google Form	102
4.	Hasil Olah Data PLS	11

