

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN STARBUCKS MAL KELAPA GADING**

JAKARTA UTARA

Oleh :

Nama : Nanda Faturrohmi Putri

NIM : 22160420

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Januari 2020



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



PENGESAHAN

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN STARBUCKS MAL KELAPA GADING
JAKARTA UTARA**

Diajukan Oleh

Nama : Nanda Faturrohmi Putri

NIM : 22160420

Jakarta, 17 Juli 2020

Disetujui Oleh:

Pembimbing

(Tumpal J.R Sitinjak, Ir., M.M)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Januari 2020

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Nanda Faturrohmi Putri / 22160420 / 2019 / Pengaruh Store Atmosphere dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Mal Kelapa Gading Jakarta Utara / Pembimbing: Tumpal J. R. Sitinjak, Ir., M M .

Era globalisasi hari ini mempermudah setiap negara untuk melakukan pertukaran budaya. Budaya ngopi adalah budaya yang sudah lama dikenal oleh dunia. Di Indonesia budaya ngopi ada sejak jaman penjajahan Belanda. Maraknya kedai kopi di Indonesia sejalan dengan berkembangnya budaya “ngopi” mulai di berbagai kalangan. Minum kopi hari ini bukan hanya untuk penghilang rasa kantuk tetapi juga menjadi sebagian gaya hidup masyarakat perkotaan. Oleh karena itu hal ini mendorong peneliti untuk melakukan penelitian tentang adakah pengaruh dari *store atmosphere* dan citra merek terhadap keputusan pembelian di Starbucks.

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Store Atmosphere, Citra Merek dan Keputusan Pembelian. Dalam penelitian ini, variabel terbagi menjadi dua jenis yaitu variabel bebas dan terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Store Atmosphere dan Citra merek. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian.

Objek penelitian ini adalah Starbucks Mal Kelapa Gading Jakarta Utara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 sampel pelanggan Starbucks Mal Kelapa Gading. Penarikan sampel menggunakan cara *nonprobability sampling* dengan teknik *judgment sampling*.

Output yang dihasilkan menunjukkan data valid dan reliable. Berdasarkan hasil analisis deskriptif store atmosphere mendapatkan rata-rata sebesar 4.09 yang berarti baik. Citra merek mendapatkan rata-rata sebesar 4.15 yang berarti baik dan keputusan pembelian mendapatkan rata-rata sebesar 4.10 yang berarti puas. Analisis regresi menunjukkan bahwa nilai sig store atmosphere sebesar 0.354 dan citra merek sebesar 0.000.

Kesimpulannya adalah tidak terdapat cukup bukti adanya pengaruh antara Store Atmosphere terhadap keputusan pembelian. Sementara terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antar Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Mal Kelapa Gading.

Kata kunci : Store Atmosphere, Citra Merek, Keputusan Pembelian

1. Dilarang Menyalin atau Menyalin Sebagian atau Seluruh Karya Tulis ini Tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.



ABSTRACT

Nanda Faturrohmi Putri / 22160420 / 2019 / Pengaruh Store Atmosphere dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Mal Kelapa Gading Jakarta Utara / Advisor: Tumpal J. R. Sitinjak, Ir., M M .

Globalization era makes it easier for every country to conduct cultural exchanges. "Ngopi" is a culture that has long been known by the world. In Indonesia, "ngopi" has existed since the Dutch colonial era. The rise of coffee shops in Indonesia in line with the development of a culture of "ngopi" in various circles. Drinking coffee today is not only for relieving drowsiness but also a part of the lifestyle of urban citizen. Therefore, this encourages researchers to conduct research on whether there is an influence of store atmosphere and brand image on purchasing decisions at Starbucks.

The theory used in this research are Store Atmosphere, Brand Image and Purchasing Decisions. In this study, variables are divided into two types; independent variable and dependent variable. The independent variables in this study are Store Atmosphere and brand image. The dependent variable in this study is the Purchase Decision.

The object of this research is Starbucks Mall of Kelapa Gading North Jakarta. The method used in this research is descriptive analysis and multiple regression analysis. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 samples of Starbucks Mal Kelapa Gading customers. Sampling using nonprobability sampling with judgment sampling techniques.

The resulting output shows that data valid and reliable. Based on the results of descriptive analysis, store atmosphere get an average of 4.09 which means good. Brand image get an average of 4.15 which means good and purchase decision get an average of 4.10 which means satisfied. Regression analysis showed that the atmosphere store sig value was 0.354 and the brand image was 0,000

The conclusion is that there is not enough evidence of the influence of Store Atmosphere on purchase decision Starbucks Mall of Kelapa Gading North Jakarta.. Meanwhile, there is a significant and positive influence between Brand Image on purchase decision Starbucks Mall of Kelapa Gading North Jakarta.

Keywords : Store Atmosphere, Brand Image, Purchase Decision

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, anugerah dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Store Atmosphere dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Mal Kelapa Gading Jakarta Utara” . Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat walaupun dengan segala keterbatasan yang dimiliki.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada pihak-pihak yang membantu, mendukung dan memberikan kontribusi dalam penyusunan skripsi ini. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih kepada :

1. Bapak Tumpal J.R Sitinjak, Ir., M.M, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, masukan dan dukungan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
2. Seluruh dosen pengajar Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar dan memberikan ilmu yang bermanfaat kepada peneliti selama memperoleh pendidakan S1 (Strata satu)
3. Seluruh staf perpustakaan yang senantiasa membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini
4. Seluruh keluarga khususnya Papa, Ayah, Mama dan kedua adik yang selalu mendukung peneliti baik melalui dalam penyusunan skripsi.
5. Muhammad Dahlan yang telah dengan sabar membantu, mendukung dan mendoakan peneliti agar mampu menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini dengan baik



6. Sahabat dan teman-teman peneliti Innaky, Puput, Nada, Dhafit, Mia, Yoana, Siti, Angel, Stephanie, Adit, Feren, Winnie, Claudia yang telah mendukung, membantu dan memberikan bantuan kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi.
7. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.

Hormat Saya,

Nanda Faturrohmi Putri

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	PENGESAHAN..... ii ABSTRAK..... iii ABSTRACT iv KATA PENGANTAR v DAFTAR ISI vii DAFTAR TABEL xi DAFTAR GAMBAR..... xii DAFTAR LAMPIRAN xiii BAB I PENDAHULUAN 1 A. Latar Belakang Masalah 1 B. Identifikasi Masalah..... 7 C. Batasan Masalah 7 D. Batasan Penelitian..... 7 E. Rumusan Masalah..... 8 F. Tujuan Penelitian 8 G. Manfaat Penelitian 8 BAB II KAJIAN PUSTAKA 10 A. <i>Store Atmosphere</i> 10	ii iii iv v vii xi xii xiii 1 1 7 7 7 8 8 8 10 10
--	---	--

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1.	Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	10
2.	Elemen <i>Store Atmosphere</i>	11
B.	Citra Merek	18
1.	Pengertian Merek	19
2.	Pengertian Citra Merek	19
3.	Pembagian Citra Merek.....	19
4.	Dimensi Citra Merek.....	20
C.	Keputusan Pembelian.....	22
1.	Pengertian Keputusan Pembelian.....	22
2.	Jenis Perilaku Keputusan Pembelian.....	22
3.	Proses Keputusan Pembelian	24
4.	Indikator Keputusan Pembelian	27
D.	Penelitian Terdahulu	28
E.	Kerangka Pemikiran.....	30
F.	Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN		33
A.	Obyek Penelitian.....	33
B.	Disain Penelitian	33
C.	Variabel Penelitian dan Pengukuran.....	34
1.	Variabel <i>Store Atmosphere</i>	34

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2.	Variabel Citra Merek.....	36
3.	Variabel Keputusan Pembelian	37
D.	Teknik Pengambilan Sampel	37
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	38
F.	Teknik Analisis Data.....	39
1.	Uji Validitas	39
2.	Uji Reliabilitas.....	40
3.	Analisis Deskriptif.....	40
4.	Analisis Regresi Ganda	41
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		46
A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	46
B.	Hasil Penelitian	47
1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	47
2.	Analisis Deskriptif.....	49
3.	Analisis Regresi Ganda	52
C.	Pembahasan.....	56
1.	Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pemeblian	56
2.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	56
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		58
A.	Simpulan	58

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	63

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

(C)	Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
	Tabel 3.1 Variabel Store Atmosphere	35
	Tabel 3.2 Variabel Citra Merek.....	36
	Tabel 3.3 Variabel Keputusan Pembelian	37
	Tabel 3.4 Rentang Skala.....	41
	Tabel 4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	41
	Tabel 4.2 Nilai Rata-Rata Indikator Store Atmosphere	41
	Tabel 4.3 Nilai Rata-Rata Dimensi Citra Merek	50
	Tabel 4.4 Nilai Rata-Rata Dimensi Keputusan Pembelian.....	41
	Tabel 4.5 Uji Normalitas	52
	Tabel 4.6 Uji Multikolinieritas	53
	Tabel 4.7 Uji Otokorelasi	53
	Tabel 4.8 Uji Heteroskedastisitas	54
	Tabel 4.9 Uji F.....	54
	Tabel 4.10 Uji t.....	55

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 10 Negara dengan Konsumsi Kopi terbesar di dunia	2
Gambar 1.2 Pendapatan Starbucks	5
Gambar 2 .1 Elemen Store Atmosphere menurut Berman dan Evan	11
Gambar 2.2 Tipe Perilaku Keputusan Pembelian.....	23
Gambar 2.3 Proses Keputusan Pembelian	24
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4.1 Logo Starbucks	46

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	63
Lampiran 2 Data Hasil Kuesioner	65
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas	73
Lampiran 4 Analisis Deskriptif Rata-Rata	75
Lampiran 5 Uji Normalitas	76
Lampiran 6 Uji Multikolonieritas dan Uji t	76
Lampiran 7 Uji Otokorelasi	77
Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas	77
Lampiran 9 Uji F	77
Lampiran 10 Dokumentasi	78

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.