

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *STORE ATMOSPHERE* DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
GERAI STARBUCKS COFFEE BINTARO XCHANGE**

**TANGERANG SELATAN**

**SKRIPSI**

**Program Studi Manajemen – Strata 1**



**Disusun Oleh**

**Nama : Vaya Glorinda Khalila**

**NIM : 041401503125124**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**2018**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *STORE ATMOSPHERE* DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
GERAI STARBUCKS COFFEE BINTARO XCHANGE**

**TANGERANG SELATAN**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar**

**SARJANA EKONOMI**

**Program Studi Manajemen-Strata I**



**Disusun Oleh**

**Nama : Vaya Glorinda Khalila**

**NIM : 041401503125124**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**2018**

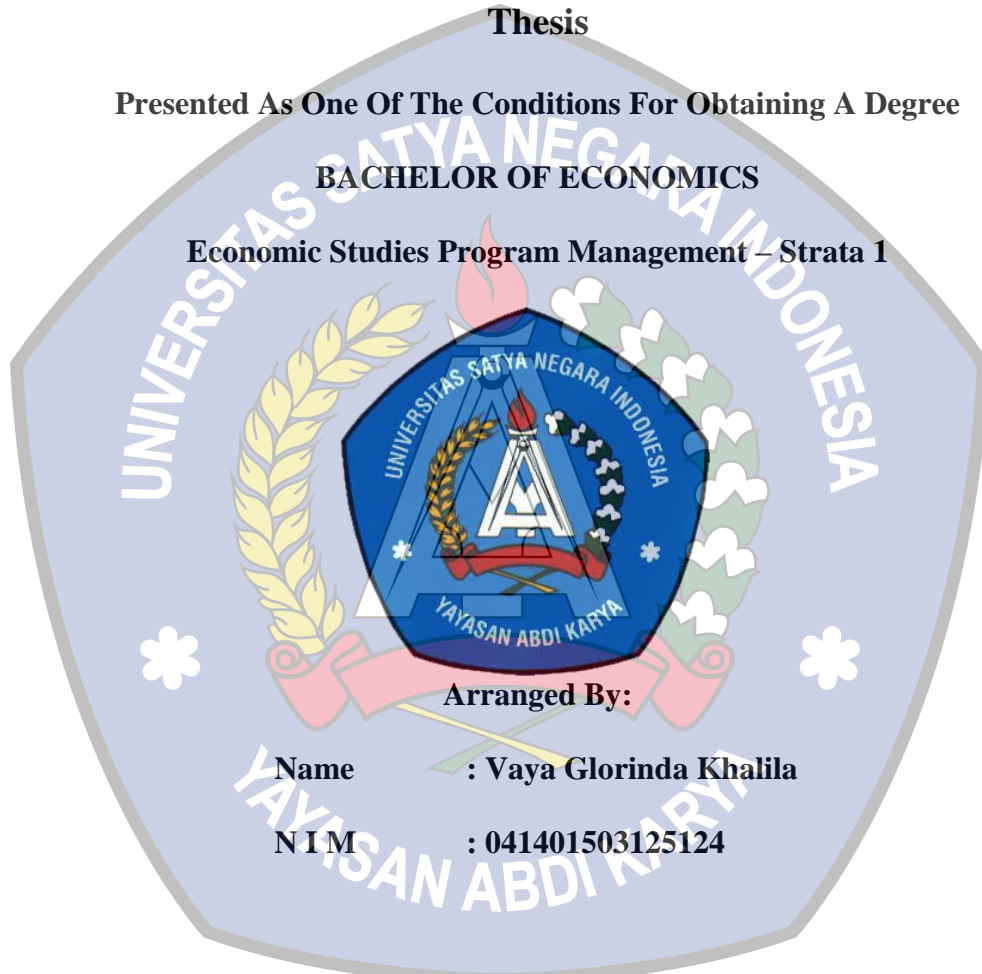
**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, STORE ATMOSPHERE AND  
PROMOTION OF PURCHASE DECISIONS ON STARBUCKS  
COFFEEOUTLET BINTARO XCHANGE SOUTH TANGERANG**

**Thesis**

**Presented As One Of The Conditions For Obtaining A Degree**

**BACHELOR OF ECONOMICS**

**Economic Studies Program Management – Strata 1**



**Arranged By:**

**Name : Vaya Glorinda Khalila**

**N I M : 041401503125124**

**FACULTY OF ECONOMICS**

**SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY**

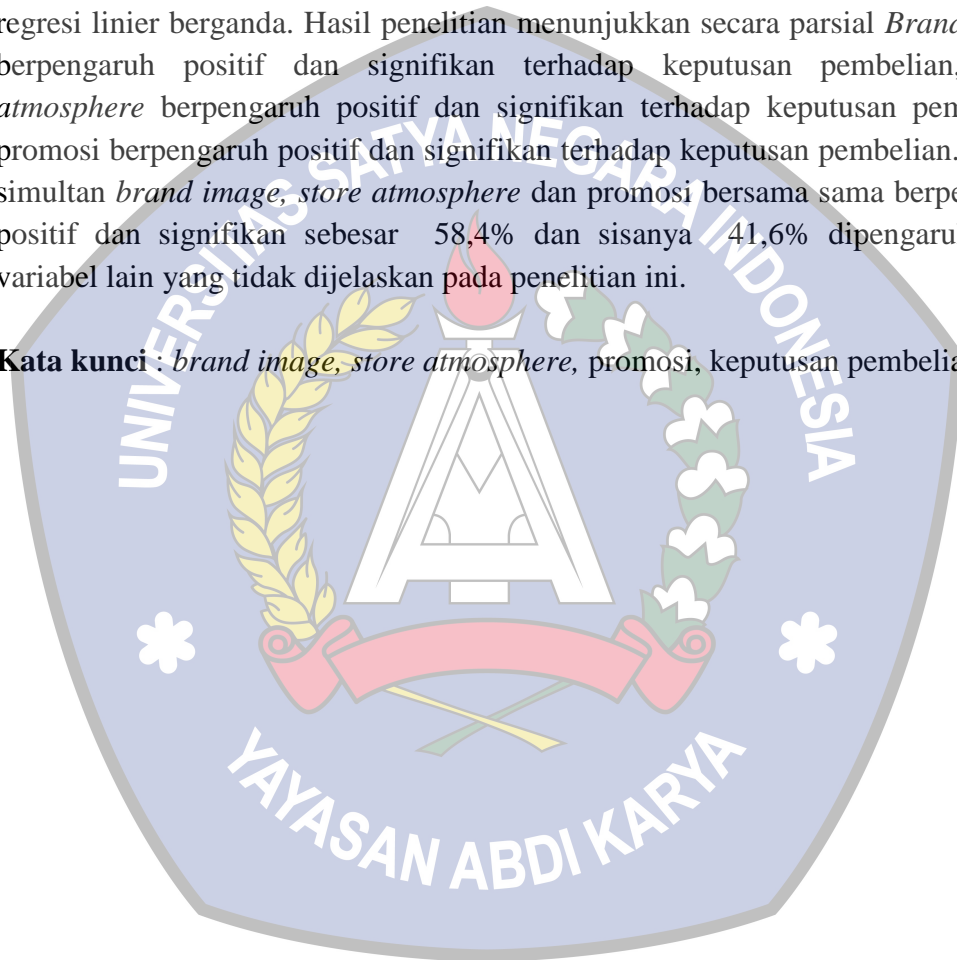
**JAKARTA**

**2018**

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini Untuk mengetahui pengaruh *Brand Image*, *Store Atmosphere* dan Promosi terhadap keputusan pembelian pada gerai Starbucks Coffee Bintaro Xchange Tangerang Selatan. Data yang dikumpulkan menggunakan rumus roscoe dengan menyebar 100 responden customer pada gerai Starbucks Coffee Bintaro Xchange Tangerang Selatan. Metodologi penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif dan analisis dilakukan dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan *brand image*, *store atmosphere* dan promosi bersama sama berpengaruh positif dan signifikan sebesar 58,4% dan sisanya 41,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

**Kata kunci :** *brand image*, *store atmosphere*, promosi, keputusan pembelian



## **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to know the effect of Brand image, Store Atmosphere and Promotion on Starbucks Coffee outlet Bintaro Xchange South Tangerang. Data collected using the roscoe formula with spread 100 respondents customer Starbucks Coffee Bintaro Xchange South Tangerang. Methodology this research is quantitative analysis performed with the associative analysis of multiple linear regression. The results showed partially Brand Image is a positive and significant effect against the purchase decisions, Store Atmosphere is a positive and significant effect against the purchase decisions, Promotion is a positive and significant effect against the purchase decisions. Simultaneous brand image, store atmosphere and promotion together in the same positive and significant effect of 58,4% and the remaining 41.6% influenced by other variables that are not described in This research.*

**Key words:** *brand image, store atmosphere, promotion, purchase decisions*

