

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SUASANA TOKO, DAN  
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI  
INDOMARET JALAN SULTAN ISKANDAR  
MUDA KEBAYORAN LAMA  
SKRIPSI**

**Program Studi Manajemen**



**OLEH :**

**NAMA : HUSNUL HOTIMAH**

**NIM : 041501503125105**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
JAKARTA  
2019**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SUASANA TOKO, DAN  
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI  
INDOMARET JALAN SULTAN ISKANDAR  
MUDA KEBAYORAN LAMA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
SARJANA EKONOMI  
Program Studi Manajemen – Strata 1**



**OLEH :**

**NAMA : HUSNUL HOTIMAH**

**NIM : 041501503125105**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2019**

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, ATMOSPHERE STORE,  
AND LOCATION ON PURCHASE DECISIONS IN  
INDOMARET JALAN SULTAN ISKANDAR  
MUDA KEBAYORAN LAMA**

**THESIS**

**Economic Studies Program Management**



**Arranged by :**

**NAMA : HUSNUL HOTIMAH**

**N I M : 041501503125105**

**ECONOMIC FACULTY  
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY  
JAKARTA  
2019**

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, ATMOSPHERE STORE,  
AND LOCATION ON PURCHASE DECISIONS IN  
INDOMARET JALAN SULTAN ISKANDAR  
MUDA KEBAYORAN LAMA**

**THESIS**

Presented As One Of The Conditions For Obtaining A Degree

**BACHELOR OF ECONOMICS**

Economic Studies Program Management – Strata 1



**Arranged by :**

**NAMA : HUSNUL HOTIMAH**

**N I M : 041501503125105**

**ECONOMIC FACULTY  
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY  
JAKARTA**

**2019**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Toko, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Jalan Sultan Iskandar Muda Kebayoran Lama. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang melakukan pembelian di Indomaret Jalan Sultan Iskandar Muda Kebayoran Lama dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 71 responden. Desain penelitian ini menggunakan metode kausal. Teknik sampling menggunakan accidental sampling. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan Software SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Suasana Toko ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan Lokasi ( $X_3$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Suasana Toko ( $X_2$ ) Lokasi ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dan kontribusi semua variabel bebas Adjusted  $R^2$  sebesar 49,6% terhadap Keputusan Pembelian (Y), sedangkan sisanya sebesar 50,4% dijelaskan dengan faktor atau variabel lain yang tidak diketahui dan tidak masuk dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Suasana Toko, dan Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Service Quality, Atmosphere Store, and Location on Purchasing Decisions at Indomaret Jalan Sultan Iskandar Muda Kebayoran Lama. The population in this study all consumers who made purchases at Indomaret Jalan Sultan Iskandar Muda Kebayoran Lama and the sample in this study amounted to 71 consumer. The design of this study uses a causal method. The sampling technique uses accidental sampling. The method of collecting data uses primary data and secondary data. The data analysis method used in this study is multiple linear regression analysis with the help of SPSS 22 Software. The results showed that partially (t test) Service Quality ( $X_1$ ) and Atmosphere Store ( $X_2$ ) had a significant effect on Purchasing Decisions, while Location ( $X_3$ ) had no significant effect on Purchasing Decisions. Simultaneously (F test) shows that there is a significant influence between Service Quality variables ( $X_1$ ), Atmosphere Store ( $X_2$ ) Location ( $X_3$ ) on Purchase Decisions (Y). And the contribution of all adjusted  $R^2$  independent variables is 49,6% towards Purchasing Decisions (Y), while the remaining 50,4% is explained by other factors or variables unknown and not included in this study.

**Keywords: Service Quality, Atmosphere Store, and Purchasing Decision**