

HALAMAN MOTTO

“Aku membahayakan nyawa ibuku untuk lahir ke dunia, jadi tidak mungkin aku tidak ada artinya, dan aku membuat ayahku bekerja hingga lelah, jadi aku pastikan lelahnya tidak sia-sia”

- Penulis -

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

- Q.S Al-Insyirah: 5-6 -

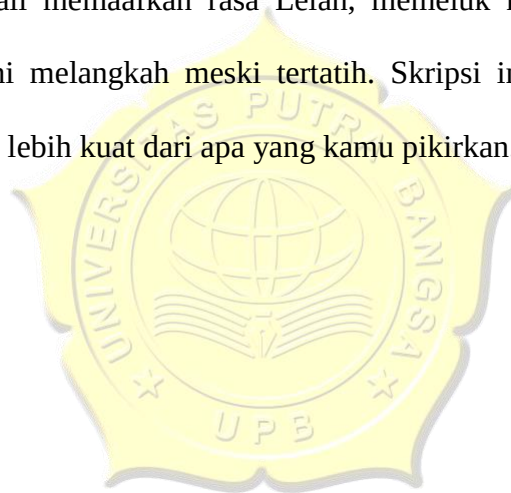


HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini penulis persembahkan sebagai tanda terimakasih yang mendalam kepada:

1. Cinta pertama saya, Almarhum bapak tercinta. Terima kasih telah menjadi cinta pertama, pelindung, dan segala kasih sayang, kerja keras serta doa yang telah bapak berikan. Kepergian bapak di tengah proses penyusunan skripsi ini menjadi tamparan sekaligus kekuatan terbesar bagi saya untuk terus melangkah. Terima kasih telah menemani setengah perjalanan ini dengan kasih sayang yang begitu tulus. Meski bapak tidak sempat melihatku memakai toga secara langsung, aku tahu bapak tersenyum Bahagia di surga-Nya. Terima kasih telah menjadi sosok bapak terbaik yang pernah saya miliki. Semoga bapak tenang di keabadian.
2. Pintu surgaku, mama tercinta. Terima kasih atas cinta yang tak pernah surut, pengorbanan yang tak terhitung nilainya, dan doa yang tak pernah putus di setiap sujudmu. Terima kasih karena dalam hidupku setelah kehilangan bapak tercinta, mama menjadi mama, mama jadi bapak yang berdiri kokoh melindungi, dan mama jadi rumah tempat terbaik untukku pulang dan merebahkan segala Lelah. Skripsi ini akhirnya selesai berkat ridho dan kekuatan yang mama salurkan. Tanpa cinta dan dukunganmu, aku tidak akan sampai pada titik ini.
3. Kedua kakak tercinta dan tercantik saya. Terima kasih yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak Joko Fitra, M.sc., M.M. selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas ilmu, arahan, perhatian, dan kesabaran yang selama ini diberikan dengan tulus dan Ikhlas kepada penulis.
5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan kontribusi dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Untuk penulis sendiri (Triana Zahrotun Alfaina). Terima kasih karena tidak memilih untuk menyerah di saat segalanya terasa begitu berat. Terima kasih telah berulang kali memaafkan rasa Lelah, memeluk kecemasan, dan tetap memaksa kaki ini melangkah meski tertatih. Skripsi ini adalah bukti nyata bahwa kamu jauh lebih kuat dari apa yang kamu pikirkan.



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Keragaman Produk, *Social Media Marketing*, dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian di Lechy Store Kebumen. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah Keragaman Produk (X1), *Social Media Marketing* (X2), *Store atmosphere* (X3) dan Keputusan Pembelian (Y). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis statistic meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS 27 for windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel valid dan reliabel, tidak terdapat multikolinieritas, tidak terjadi heterokedastisitas dan model memenuhi asumsi normalitas. Keragaman Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. *Social Media Marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai Adjusted R^2 diperoleh nilai persamaan sebesar 0,599 artinya bahwa variabel Keputusan Pembelian (*dependent*) yang dijelaskan oleh variabel Keragaman Produk, *Social Media Marketing*, dan *Store Atmosphere* (*independent*) dalam penelitian ini sebesar 59,9% sedangkan 40,1% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: **Keragaman Produk, *Social Media Marketing*, *Store Atmosphere* dan Keputusan Pembelian**

ABSTARCT

This study aims to examine the effect of Product Diversity, Social Media Marketing, and Store Atmosphere on Purchase Decisions at Lechy Store Kebumen. Data were collected using a questionnaire. This study employed an purposive sampling technique with a total sample of 100 respondents. The variables examined in this study were Product Diversity (X1), Social Media Marketing (X2), Store Atmosphere (X3), and Purchase Decision (Y). The data analysis techniques used in this study included descriptive analysis and statistical analysis, consisting of validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing using SPSS version 27 for Windows. The results indicate that all research variables are valid and reliable. In addition, the regression model satisfies the classical assumption tests, indicating no multicollinearity, no heteroscedasticity, and normally distributed data. Product Diversity has a positive and significant effect on Purchase Decisions. Social Media Marketing has a positive and significant effect on Purchase Decisions. Store Atmosphere also has a positive and significant effect on Purchase Decisions. Furthermore, the adjusted R^2 value of 0.599 indicates that Product Diversity, Social Media Marketing, and Store Atmosphere explain 59.9% of the variance in Purchase Decisions, while the remaining 40.1% is explained by other variables not included in this study.

Keywords: Product Diversity, Social Media Marketing, Store Atmosphere, and Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Segala puji Allah tuhan semesta alam atas Rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Keragaman Produk, *Social Media Marketing*, Dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lechy Store Kebumen” dengan kelancaran dan kemudahan. Tanpa pertolongan-Nya mustahil kiranya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan benar. Semoga kita selalu dalam lindungan-Nya.

Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Starta-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi ini sebagai tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh selama menempuh kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah.

Terselesaikannya skripsi ini tentunya tidak lepas dari dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Joko Fitra, M.Sc., M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah banyak membantu terselesaikannya skripsi ini.
2. Keluarga tercinta yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Teman-teman seperjuangan yang memberikan *support* kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi.
4. Semua pihak yang telah membantu kelancaran dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih kurang dari sempurna, maka dari itu tidak lepas selalu ada saran dan kritik membangun yang dapat memperbaiki skripsi ini. Sekali lagi penulis berharap mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi penulis dan kepada para pembaca pada umumnya.

Kebumen, 23 Juni 2026

Penulis



Triana Zahrotun Alfaina

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	iv
HALAMAN MOTTO	v
ABSTRAKSI.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	14
1.3. Batasan Masalah	15
1.4. Tujuan Penelitian	18
1.5. Manfaat Penelitian	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	20
2.1 Tinjauan Teori.....	20
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	20
2.1.2. Keragaman Produk.....	25
2.1.3. <i>Social Media Marketing</i>	28
2.1.4. <i>Store Atmosphere</i>	31
2.2. Penelitian Terdahulu	35
2.3. Hubungan Antar Variabel	43
2.4. Model Empiris	46
2.5. Hipotesis	47
BAB III METODE PENELITIAN	48

3.1. Objek dan Subjek Penelitian	48
3.1.1. Objek Penelitian	48
3.1.2. Subjek Penelitian	48
3.2. Variabel Penelitian	48
3.3. Definisi Operasional Variabel	49
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	52
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data	54
3.5.1. Jenis Data	54
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data	55
3.6. Populasi dan Sampel	56
3.6.1. Populasi Penelitian	56
3.6.2. Sampel Penelitian	56
3.7.2. Teknik Kuantitatif	58
3.8. Alat Analisis Data	58
3.8.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	58
3.8.2. Uji Asumsi Klasik	60
3.8.3. Analisis Regresi Linear Berganda	63
3.8.4. Uji Hipotesis	63
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	67
4.1. Analisis Deskriptif	67
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	67
4.1.2. Karakteristik Responden	68
4.2. Analisis Statistik	70
4.2.1. Uji Instrumen	70
4.2.2. Uji Asumsi Klasik	75
4.2.3. Analisis Linier Berganda	81
4.2.4. Uji Hipotesis	83
4.3. Pembahasan	88
BAB V SIMPULAN	94
5.1. Simpulan	94
5.2. Keterbatasan	95

5.3. Implikasi	97
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN.....	107



DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Hasil Observasi Fesyen Ritel di Kebumen	6
Table 1.3 Hasil observasi Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Lechy Store Kebumen.....	8
Tabel II.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian .	50
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Keragaman Produk	51
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Social Media Marketing	51
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Store Atmosphere	52
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	69
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	70
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas Keragaman Produk	72
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Social Media Marketing	73
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Store Atmosphere	73
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	74
Tabel IV-9 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel IV-10 Hasil Uji Multikoloneritas	77
Tabel IV-12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	81
Tabel IV-11 Hasil Uji Kolmogorov	80
Tabel IV-13 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	84
Tabel IV-14 Hasil Analisis Uji F	87
Tabel IV-15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.I Grafik pendapatan di pasar pakaian Indonesia dari tahun (2021-2029).....	2
Gambar IV.I Hasil Uji Heterokedasitas	78
Gambar IV.II Hasil Uji Normalitas.....	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Keusioner Penelitian.....	108
Lampiran 2. Tautan Link Google Form	113
Lampiran 3. Rekapitulasi Data Responden.....	114
Lampiran 4. Tabulasi	120
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas	122
Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas	126
Lampiran 7. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	127
Lampiran 8. Uji Hipotesis	129
Lampiran t. Tabel.....	130
Lampiran r. Tabel.....	131
Lampiran f. Tabel.....	132
Lampiran Kartu Tanda Seminar.....	133
Lampiran Kartu Bimbingan	134

