

HALAMAN MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya: “*Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan*”

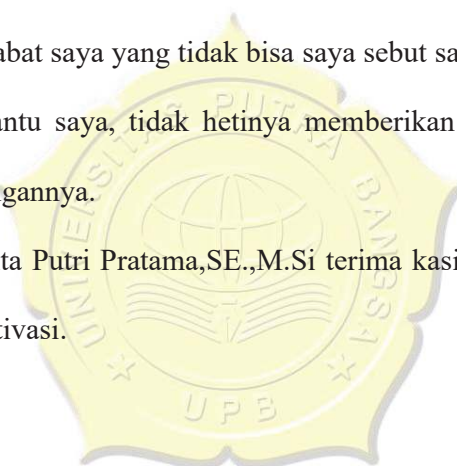
Surat Al-Insyirah Ayat 5



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas terselainya skripsi ini penulis persembahkan untuk:

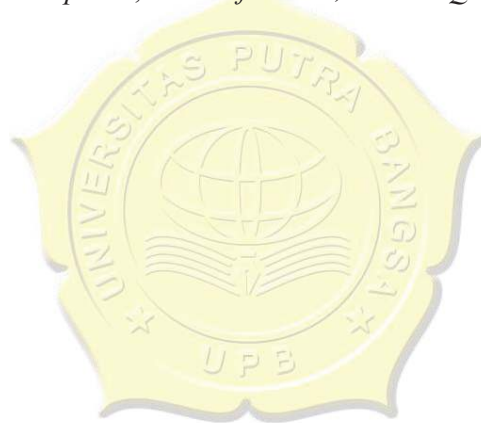
1. Orang tua saya tercinta (Bapak Musliman dan Ibu Fitriyati) yang selalu mendoakan, selalu memberikan kasih sayangnya, dan dukungannya baik secara moral dan material serta pengorbanannya selama ini.
2. Kepada semua keluarga besar yang tidak bisa saya sebut per satu, terimakasih telah membantu dan selalu memberikan semangat kepada saya.
3. Kepada semua sahabat saya yang tidak bisa saya sebut satu per satu yang selalu ada, selalu membantu saya, tidak hentinya memberikan semangat, dan selalu memberikan dukungannya.
4. Kepada Ibu Marynta Putri Pratama,SE.,M.Si terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan motivasi.



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Store Atmosphere*, *Word of Mouth* dan *Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian di cahaya Cycle Gombong di Wilayah Kabupaten Kebumen. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yang dilakukan kepada 100 responden. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner (*google form*). Analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas, uji hipotesis terdiri dari uji t, uji f, uji koefisien determinasi, dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Store Atsmosphere* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Store Atsmosphere*, *Word of Mouth*, *Service Quality* berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, *Word of Mouth*, *Service Quality*, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This research aims to determine Store Atmosphere, Word of Mouth and Service Quality on Purchasing Decisions at Cahaya Cycle Gombong in the Kebumen Regency Area. This research used purposive sampling conducted on 100 respondents. Data collection was carried out using a questionnaire (google form). The data analysis used is validity and reliability tests, classical assumption tests consisting of normality tests, multicollinearity tests, and heteroscedasticity tests, hypothesis tests consisting of t tests, f tests, coefficient of determination tests, and multiple linear regression analysis. The results of this research show that Store Atmosphere has a negative and significant effect on Purchasing Decisions, Word of Mouth has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, Service Quality has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, Store Atmosphere, Word of Mouth, Service Quality have simultaneous and partial effects on Purchasing Decisions.

Keywords: *Store Atmosphere, Word of Mouth, Service Quality, Purchasing Decisions*



KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmannirrohim, segala puji bagi Alloh SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Tujuan penyusunan skripsi untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada toko cahaya cycle Gombong di wilayah Kabupaten Kebumen.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapatkan selama perkuliahan dengan realitas kehidupan nyata, khususnya pada bidang penelitian ilmiah tentang pemasaran. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi masih terdapat kekurangan, untuk itu perlu adanya kritik dan saran yang membangun untuk memperbaikinya.

Melalui tulisan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tugas ini. Ucapkan terimakasih ini penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Putra Bangsa.
2. Ibu Marynta Putri Pratama, S.E.,M.Si. selaku dosen pembimbing
3. Semua dosen dan civitas Akademik Universitas Putra Bangsa yang telah membantu dalam penyusunan skripsi.
4. Kedua orang tua saya.

5. Semua rekan mahasiswa Universitas Putra Bangsa selaku teman seperjuangan.
6. Semua teman teman saya yang selalu memotivasi dalam dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Semoga segala kebaikan, bantuan, bimbingan, motivasi serta amal yang telah diberikan pihak-pihak yang bersangkutan, akan mendapat balasan kebaikan dari Alloh SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Penulis berharap skripsi ini dapat menambah pustaka keilmuan dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.



Kebumen 5 April 2024

(Rifqi Zaki Nsrullohh)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Batasan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1. Tinjauan Teori.....	14
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	14
2.2. Penelitian Terdahulu	22
2.3. Hubungan Antar Variabel	25
2.4. Model Empiris	28

2.5. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	30
3.2. Variabel Penelitian.....	30
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	31
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	38
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6. Populasi dan Sampel	42
3.7. Teknik Analisis	44
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1. Analisis Deskriptif	53
4.2. Analisis Statistik	53
4.3. Pembahasan.....	58
BAB V KESIMPULAN.....	73
5.1. Simpulan	73
5.2. Keterbatasan.....	74
5.3. Implikasi	75
5.3.1 Implikasi Praktis	75
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	76
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Data Hasil Observasi pada Keputusan Pembelian Toko Cahaya Cycle.	3
Tabel I- 2 Observasi 30 Responden Untuk Menentukan Variabel	3
Tabel I- 3 Tabel jumlah pembeli toko Cahaya cycle	4
Tabel III- 1 Distribusi Variabel Keputusan Pembelian.....	33
Tabel III- 2 Distribusi Variabel Store Atmosphere	35
Tabel III- 3 Distribusi Variabel Word Of Mouth.....	36
Tabel III- 4 Distribusi Variabel Service Quality	38
Tabel IV- 1 Jenis Kelamin Responden.....	54
Tabel IV- 2 Usia Responden	55
Tabel IV- 3 Pekerjaan Responden.....	55
Tabel IV- 4 Pendapatan Responden.....	56
Tabel IV- 5 Alamat Responden.....	57
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Variabel Store Atmosphere.....	58
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Variabel Word of Mouth	59
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Variabel Service Quality	60
Tabel IV- 9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	60
Tabel IV- 10 Hasil uji Reliabilitastas.....	61
Tabel IV- 11 Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel IV- 12 Hasil Parsial (Uji t).....	65
Tabel IV- 13 Hasil Uji Simultan (F)	67
Tabel IV- 14 Hasil Uji determinasi.....	68
Tabel IV- 15 Hasil Uji Regresi Berganda	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Model Empiris.....	28
Gambar IV- 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	63
Gambar IV- 2 Hasil Uji Normalitas.....	64

