

HALAMAN MOTTO

“Allohumma Yassir Walaa Tu’atsir”

"Ya Allah, mudahkanlah dan janganlah Engkau persulit."



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas terselesainya skripsi ini maka penulis mempersembahkan sebagai tanda terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua (Bapak Partono dan Ibu Wahyu Isnaeni) dan segenap keluarga (Mba Ade, Reza, dan Ridho) yang selalu memberikan support dan motivasi sehingga penulis selalu semangat untuk menyelesaikan skripsi.
2. Ibu Tuti Zakiyah S.E., M.M. selaku dosen pembimbing, terimakasih telah banyak memberikan bimbingan, dorongan, dan nasihat yang sangat berharga bagi penulis.
3. Segenap dosen dan karyawan civitas akademika Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat melalui belajar-mengajar selama perkuliahan.
4. Rekan-rekan Organisasi BEM Kabinet Raksa Ardibrata dan Kabinet Bara Adidaya
5. Teman seperjuangan yang luar biasa The Cimplukans (Vivin, Bayu, Fajar, Salsabila, Vivi, Widya) yang sudah melewati susah senang bersama selama didunia perkuliahan.
6. Vivin Mualifah, sahabat yang selalu mensupport saya dalam semua kondisi dan situasi selama di perkuliahan.
7. Kepada teman-teman yang ada di luar kampus UPB yang sudah mewarnai hari-hari penulis dan memotivasi, memberikan pelajaran dan pengalaman selama di bangku perkuliahan.

8. Kepada teman – teman Manajemen 2020 dan kakak tingkat yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama di bangku perkuliahan.

Serta terimakasih untuk semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Semoga Allah senantiasa membalas dengan berlipat ganda kebaikan kalian.



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti Pengaruh *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan *Store Atmosphere* terhadap *Purchase Decision* pada Pizza Hut di Kebumen. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Kebumen yang sudah pernah membeli produk Pizza Hut Kebumen dengan umur di atas 17 tahun. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah uji instrumen validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, uji koefisien determinasi. Alat bantu pengolahan data menggunakan SPSS for Windows version 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Decision*, (2) *Brand Awareness* tidak berpengaruh terhadap *Purchase Decision*, (3) *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Decision*, (4) *Brand Image*, *Brand Awareness* dan *Store Atmosphere* berpengaruh secara simultan terhadap *Purchase Decision*.

Kata kunci: *Brand Image*, *Brand Awareness*, *Store Atmosphere*, *Purchase Decision*, Pizza Hut



ABSTRACT

This research aims to examine the influence of Brand Image, Brand Awareness, and Store Atmosphere on Purchase Decisions at Pizza Hut in Kebumen. The population in this research is the people of Kebumen city who have purchased Pizza Hut Kebumen products and are over 17 years old. The data collection technique uses a questionnaire. The data analysis used is instrument validity and reliability testing, classical assumption testing, hypothesis testing, coefficient of determination testing. Data processing tools use SPSS for Windows version 25.0. The research results show that (1) Brand image has a positive and significant effect on Purchase Decision, (2) Brand Awareness has no effect on Purchase Decision, (3) Store Atmosphere has a positive and significant effect on Purchase Decision, (4) Brand Image, Brand Awareness and Store Atmosphere simultaneously influences Purchase Decision.

Keywords: *Brand Image, Brand Awareness, Store Atmosphere, Purchase Decision, Pizza Hut*



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga dengan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan *Store Atmosphere* Terhadap *Purchase Decision* Pada Restoran Pizza Hut di Kebumen”**. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa.

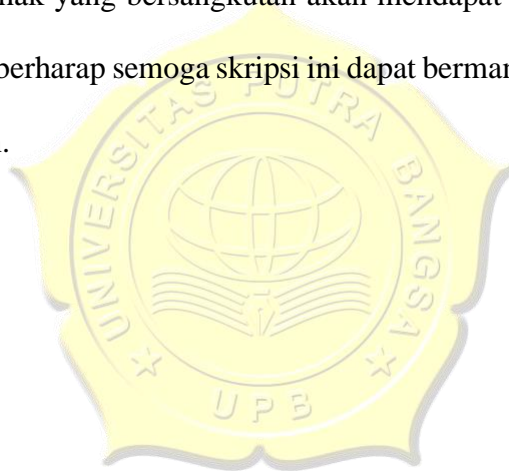
Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat di bangku kuliah dengan realita yang nyata, khususnya dalam bidang ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan segenap literatur. Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak kekuarangan yang perlu diperbaiki, itu semua dikarenakan masih kurangnya ilmu pengetahuan yang penulis miliki.

Dalam penelitian ini tentu banyak pihak yang telah memberikan bantuan baik fisik maupun non fisik dan ikut terlibat dari awal hingga akhir. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang tulus kepada :

1. Ibu Tuti Zakiyah, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing, terimakasih atas ilmu, arahan, perhatian, dan kesabaran yang selama ini telah diberikan.
2. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang telah memberikan semangat, kasih sayang, perhatian, dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.

3. Segenap dosen dan karyawan civitas akademika Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat melalui belajar-mengajar selama perkuliahan.
4. Responden dalam penelitian ini yaitu konsumen produk Pizza Hut Kebumen.
5. Kepada semua pihak yang telah membantu melancarkan penyelesaian skripsi ini.

Semoga segala kebaikan, bantuan, bimbingan, motivasi, serta amal yang telah diberikan pihak – pihak yang bersangkutan akan mendapat balasan kebaikan dari Allah SWT. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	14
1.3. Batasan Masalah.....	15
1.4. Tujuan Penelitian.....	15
1.5. Manfaat Penelitian.....	16
BAB II.....	17
KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1. Tinjauan Teori.....	17
2.1.1. <i>Purchase Decision</i> (Keputusan Pembelian).....	17
2.1.2. <i>Brand Image</i>	23

2.1.3.	<i>Brand Awareness</i>	25
2.1.4.	<i>Store Atmosphere</i>	26
2.2.	Penelitian Terdahulu	27
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	32
2.4.	Model Empiris.....	37
2.5.	Hipotesis	38
BAB III	39
METODE PENELITIAN	39
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	39
3.2.	Variabel Penelitian	39
3.3	Definisi Operasional Variabel	40
3.4	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	44
3.5	Data dan Teknik Pengumpulan Data	45
3.6	Populasi dan Sampel	47
3.7	Teknik Analisis	49
BAB IV	61
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	61
4.1.	Analisis Deskriptif.....	61
4.2.	Analisis Statistik.....	66
4.3.	Pembahasan.....	78
BAB V	81
SIMPULAN	81
5.1.	Simpulan	81
5.2.	Keterbatasan.....	82
5.3.	Implikasi	82
5.3.1	Implikasi Praktis.....	82

5.3.2	Implikasi Teoritis	86
	DAFTAR PUSTAKA	88
	LAMPIRAN.....	92



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Observasi Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	8
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel III- 1 Indikator dan Distributor Kuesioner Variabel Purchase Decision.....	41
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Brand Image	42
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Brand Awareness.....	43
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Store Atmosphere	44
Tabel IV- 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel IV- 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel IV- 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel IV- 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan/Bulan.....	65
Tabel IV- 5 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image.....	67
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Awareness	68
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Store Atmosphere	68
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Variabel Purchase Decision.....	69
Tabel IV- 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel penelitian.....	70
Tabel IV- 10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	71
Tabel IV- 11 Hasil Uji Normalitas.....	73
Tabel IV- 12 Hasil Regresi Linier Berganda	74
Tabel IV- 13 Hasil Uji Hipotesis	76
Tabel IV- 14 Hasil Regresi Uji Simultans	77
Tabel IV- 15 Hasil Regresi Koefisien Determinasi	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar I- 1 Merk Makanan Cepat Saji di Indonesia Tahun 2021	3
Gambar II- 1 Model Empiris.....	38
Gambar IV- 1 Hasil Uji Heterokedstisitas.....	71
Gambar IV- 2 Hasil Uji Normalitas	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	92
Lampiran 2 Data Responden	97
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner	102
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	107
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	109
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik	109
Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	111
Lampiran 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi	111
Lampiran 9 Tabel r	112
Lampiran 10 Tabel t	115
Lampiran 11 Tabel F	118
Lampiran 12 Kartu Bimbingan	121
Lampiran 13 Kartu Peserta Seminar	122