

**HUBUNGAN ANTARA PROMOSI DAN SUASANA TOKO DENGAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN *KENTUCKY FRIED CHICKEN* (KFC)
ARION MALL PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN
TATA NIAGA DI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

NUR FAJRI JAMILAH

8135134103



*Building
Future
Leaders*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2017**

***THE CORRELATION BETWEEN PROMOTION AND STORE
ATMOSPHERE WITH THE PURCHASE DECISION KENTUCKY FRIED
CHICKEN (KFC) ARION MALL IN THE COMMERCE EDUCATION
STUDENT IN STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

NUR FAJRI JAMILAH

8135134103



*Building
Future
Leaders*

***This is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta***

STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2017

ABSTRAK

NUR FAJRI JAMILAH, Hubungan antara Promosi dan Suasana Toko dengan Keputusan Pembelian *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Arion Mall pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dilakukan di Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, selama 4 bulan terhitung sejak Maret sampai dengan Juni 2017. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara promosi dengan keputusan pembelian *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Arion Mall pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta dan untuk mengetahui hubungan antara suasana toko dengan keputusan pembelian *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Arion Mall pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *Purposive sampling* sebanyak 80 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 36,38 + 0,5386X_1$ dan $\hat{Y} = 33,88 + 0,5758X_2$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X_1 dengan uji *Lilliefors* menghasilkan $L_{hitung} = 0,0404$, dan uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X_2 dengan uji *Lilliefors* menghasilkan $L_{hitung} = 0,0502$, sedangkan L_{tabel} untuk $n = 80$ pada taraf signifikan 0.05 adalah $= 0,0990$. Karena $L_{hitung} < L_{tabel}$ maka galat taksiran regresi Y atas X_1 dan Y atas X_2 berdistribusi normal. Uji linieritas regresi Y atas X_1 menghasilkan $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $0,74 < 1,71$ dan uji linieritas regresi Y atas X_2 menghasilkan $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $0,96 < 1,71$, sehingga disimpulkan bahwa, persamaan regresi tersebut linier. Dari uji keberartian regresi Y atas X_1 menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu, $52,33 > 3,96$ dan uji keberartian regresi Y atas X_2 menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu, $44,76 > 3,96$, sehingga dapat disimpulkan bahwa, persamaan regresi tersebut signifikan. Koefisien korelasi *Product Moment* dari *Pearson* menghasilkan $r_{x_1y} = 0,634$, selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji t dan dihasilkan $t_{hitung} = 7,234$ dan $t_{tabel} = 1,67$ dan koefisien korelasi *Product Moment* dari *Pearson* menghasilkan $r_{x_2y} = 0,604$, selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji t dan dihasilkan $t_{hitung} = 6,690$ dan $t_{tabel} = 1,67$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa, koefisien korelasi $r_{x_1y} = 0,634$ dan $r_{x_2y} = 0,604$ adalah positif dan signifikan. Koefisien determinasi Y atas X_1 yang diperoleh sebesar 40,15% yang menunjukkan bahwa, 40,15% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh promosi dan koefisien determinasi Y atas X_2 yang diperoleh sebesar 36,46% yang menunjukkan bahwa, 36,46% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh suasana toko.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Promosi, Suasana Toko

ABSTRACT

NUR FAJRI JAMILAH, *The Correlation between Promotion and Store Atmosphere with The Purchase Decision Kentucky Fried Chicken (KFC) Arion Mall in The Commerce Education Student Faculty of Economy in State University of Jakarta. Study Program of Commerce Education, Faculty of Economics, State University of Jakarta.*

This research was conducted in The Study Program of Commerce Education Student in State University of Jakarta, for 4 months, starting from March to Juny 2017. The purpose of this study is to determine the correlation between promotion with the purchase decision Kentucky Fried Chicken (KFC) Arion Mall in The Commerce Education Student in State University of Jakarta and to determine the correlation between store atmosphere with the purchase decision Kentucky Fried Chicken (KFC) Arion Mall in The Commerce Education Student in State University of Jakarta. The research method used is survey method with the correlation approach, population used are all student in The Study Program of Commerce Education in State University of Jakarta. The sampling technique used technique of Purposive sampling as many as 80 people. The resulting regression equation is $\hat{Y} = 36,38 + 0,5386X_1$ and $\hat{Y} = 33,88 + 0,5758X_2$. Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on X_1 with test Lilliefors produce $L_{count} = 0,0404$ and estimates the error normality test regression of Y on X_2 with test Lilliefors produce $L_{count} = 0,0502$, while L_{table} for $n = 80$ at 0.05 significant level is 0,0990. Because $L_{count} < L_{table}$ the estimated error regression of Y on X_1 and Y on X_2 normally distribution. Testing linearity of regression Y on X_1 produces $F_{count} < F_{table}$ is $0,74 < 1,71$ and testing linearity of regression Y on X_2 produces $F_{count} < F_{table}$ is $0,96 < 1,71$, so it is concluded that the linear equation regression. Hypothesis testing from the significance regression Y on X_1 produces $F_{count} > F_{table}$ which, $52,33 > 3,96$ and hypothesis testing from the significance regression Y on X_2 produces $F_{count} > F_{table}$ which, $44,76 > 3,96$, meaning that the regression equation is significant. Correlation coefficient of Pearson Product Moment generating $r_{x_1y} = 0,634$, then performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting $t_{count} > t_{table}$, $t_{count} = 7,234$ and $t_{table} = 1,67$ and correlation coefficient of Pearson Product Moment generating $r_{x_2y} = 0,604$, then performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting $t_{count} > t_{table}$, $t_{count} = 6,690$ and $t_{table} = 1,67$. It can conclude that the correlation coefficient $r_{x_1y} = 0,634$ and $r_{x_2y} = 0,604$ is positive and significant. The coefficient of determination Y on X_1 obtained for is 40,15% which show that 40,15% of the variant of the purchase decision is determined by promotion and the coefficient of determination Y on X_2 obtained for is 36,46% which show that 36,46% of the variant of the purchase decision is determined by store atmosphere.

Key word: *The Purchase Decision, Promotion, Store Atmosphere*

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus
NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Ketua Penguji		08 Juni 2017
2. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP. 196610302000121001	Penguji Ahli		08 Juni 2017
3. <u>Dra. Rochyati, M.Pd</u> NIP. 195404031985032002	Sekretaris		08 Juni 2017
4. <u>Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP. 195909181985032011	Pembimbing I		08 Juni 2017
5. <u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 19770111200812203	Pembimbing II		08 Juni 2017

Tanggal Lulus: 08 Juni 2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Mei 2017

Yang membuat pernyataan



Nur Fajri Jamilah
NIM.8135134103

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Doa, Usaha, Ikhtiar dan Tawakkal”

“Bersabar dan Bersyukur”

“Jangan Berputus Asa dari Rahmat Allah SWT”

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua saya yang selalu mendukung dan mendoakan saya, serta berkorban dalam memberikan moril dan materil selama ini, juga untuk semua orang yang telah mendoakan, mendukung dan memberi semangat kepada saya.

Semoga mereka semua selalu dalam lindungan Allah SWT.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan antara Promosi dan Suasana Toko dengan Keputusan Pembelian *Kentucky Fried Chicken (KFC) Arion Mall* pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Corry Yohana, MM selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Niaga sekaligus selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan ilmu, arahan, dukungan, kritik dan saran dalam penulisan skripsi ini.
2. Ryna Parlyna, MBA selaku dosen pembimbing II yang banyak memberikan bimbingan, saran, dukungan, semangat, waktu dan tenaga dalam membimbing penelitian ini.
3. Usep Suhud, Ph.D selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, dukungan dan waktu selama masa perkuliahan.

4. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya.
6. Seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga, khususnya untuk angkatan 2013, 2014, 2015, dan 2016 yang telah meluangkan waktunya.
7. Kedua orang tua tercinta, Ibu Neneng Sofiati dan Bapak (Alm.) Ahmad Jamaluddin, serta kakak-kakak dan adik tersayang yang telah memberikan semangat berupa materil dan moril.
8. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Tata Niaga 2013, khususnya Siti Rodiah, Dyah Ayu Puspita Ningtyas, Dzaqiyah Tsabatulloh, Choirunnisa, Astari Ramdhaniah Rahayu, dan Dedi Aryadi yang telah setia menemani dan memberikan segalanya selama perkuliahan.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa, dalam menyusun skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, Mei 2017



Nur Fajri Jamilah