

PENGARUH KESADARAN MEREK DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DISTRO DI JAKARTA

ALIF ICKSAN PRABOWO
8135151980



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

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

***THE EFFECT OF BRAND AWARENESS AND STORE
ATMOSPHERE ON PURCHASING DECISIONS OF DISTRO
PRODUCTS IN JAKARTA***

**ALIF ICKSAN PRABOWO
8135151980**



*Building
Future
Leaders*

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

***STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2019***

ABSTRAK

ALIF ICKSAN PRABOWO, Pengaruh Kesadaran Merek dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian Produk Distro di Jakarta.

Penelitian dilakukan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta selama lima bulan dimulai dari bulan Februari sampai dengan Juni tahun 2019. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kesadaran merek dan suasana toko terhadap keputusan pembelian produk distro di Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional, populasi diambil dari pengunjung Distro di kota Jakarta. Jumlah sampel sebanyak 141 responden diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 24,023 + 0,948 X_1$ dan $\hat{Y} = 23,109 + 0,880 X_2$. Uji persyaratan analisis yaitu menggunakan uji normalitas dan linieritas. Uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikansi sebesar 0,051. Karena tingkat signifikansi tersebut > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas X_1 menghasilkan nilai signifikansi $0.000 < 0,005$ dan uji linieritas regresi Y atas X_2 menghasilkan nilai signifikansi $0.000 < 0,005$, sehingga disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut linier. Dari uji t dihasilkan Y atas X_1 $t_{hitung} = 6,352$ dan $t_{tabel} = 1,65605$, Y atas X_2 $t_{hitung} = 6,562$ dan $t_{tabel} = 1,65605$. Dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasinya adalah positif dan signifikan. Koefisien determinasi Y atas X_1 diperoleh sebesar 0,226 yang menunjukkan bahwa 22,6% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh kesadaran merek. dan Y atas X_2 yang diperoleh sebesar 0,238 yang menunjukkan bahwa 23,8% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh suasana toko.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Kesadaran Merek, Suasana Toko.

ABSTRACT

ALIF ICKSAN PRABOWO, *The Effect of Brand Awareness and Store Atmosphere on Purchasing Decisions of Distro Products in Jakarta.*

The study was conducted at the Faculty of Economics, Jakarta State University for five months starting from February to June 2018. The purpose of this study was to determine the effect of brand awareness and store atmosphere on purchasing decisions for distro products in Jakarta. The research method used was a survey method with a correlational approach, the population was taken from the visitors of the Distro Premium Nation Com - PNTN, Betawi Punye Distro and Laras Distro in the city of Jakarta. The total sample of 141 respondents was taken using purposive sampling technique. The resulting regression equations are $\hat{Y} = 24.023 + 0.948 X_1$ and $\hat{Y} = 23.109 + 0.880 X_2$. Test requirements analysis using the test for normality and linearity. Test for normality with the Kolmogorov-Smirnov test with a significance level (α) = 5% or 0.05 and produce a significance level of 0.051. Because the significance level is > 0.05 , it can be concluded that the data is normally distributed and can be used in further analysis. Y regression linearity test over X_1 produces a significance value of $0.000 < 0.005$ and Y regression linear test over X_2 produces a significance value of $0.000 < 0.005$, so it can be concluded that the regression equation is linear. From the t test produced Y over X_1 $t_{count} = 6.352$ and $t_{table} = 1.65605$, Y over X_2 $t_{count} = 6.562$ and $t_{table} = 1.65605$. It can be concluded that the correlation coefficient is positive and significant. The coefficient of determination of Y over X_1 was obtained at 0.226, indicating that 22.6% of the purchase decision variable was determined by brand awareness. and Y for X_2 obtained by 0.238 which shows that 23.8% of the purchase decision variable is determined by the store atmosphere.

Keywords: *Purchasing Decisions, Brand Awareness, Store Atmosphere.*

LEMBAR PENGESAHAN

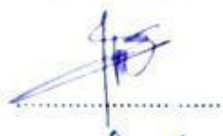
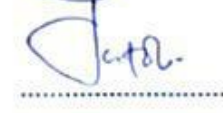
Pemangku Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus

NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP. 195909181985032011	Ketua Penguji		<u>20-08-2019</u>
2. <u>Dita Puruwita, S.Pd., M.Si</u> NIP. 198209092010122004	Penguji Ahli		<u>20-08-2019</u>
3. <u>Rahmi, SE, M, SM</u> NIP. 198305012018032001	Sekretaris		<u>20-08-2019</u>
4. <u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd.</u> NIP. 195507221982102001	Pembimbing I		<u>20-08-2019</u>
5. <u>Terrylina Arvinta Monoarfa, SE, MM</u> NIDK. 8854660018	Pembimbing II		<u>20-08-2019</u>

Tanggal Lulus: 20-08-2019

PERNYATAAN DAN 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 ataupun 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 dikemudian 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, Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,


6000
TAM RIBU RUPIAH
Alif Icksan Prabowo
NIM. 8135151980

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Berfikirlah positif, tidak peduli seberapa keras kehidupanmu”.

-Alif Icksan Prabowo-

“Jika melihat orang jahat, jangan anggap kita lebih mulia karena mungkin satu hari nanti dia akan insaf dan bertaubat atas kesalahannya”.

-Imam al Ghazali-

“Tapi sungguh, siapa pun yang sabar dan tekun akan mekar seperti bunga, akan indah seperti purnama dan menakjubkan seperti kupu-kupu”.

-TereLiye-

Dengan mengucapkan syukur kepada ALLAH SWT. Shalawat serta salam teruntuk Nabi Muhammad SAW, karena-Nya, saya dapat menyelesaikan kuliah dan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Bapak, Ibu tercinta yang selalu mendoakan dan mendukung saya dalam bentuk moril ataupun materil selama ini, dan juga untuk kakak saya, keluarga besar saya, teman-teman saya serta semua orang yang telah memberi semangat kepada saya. Saya persembahkan juga skripsi saya ini untuk Bu Dientje dan Bu Terry yang telah banyak membantu dalam membimbing, sehingga skripsi ini terselesaikan dengan lancar.

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 ini dengan judul “Pengaruh Kesadaran Merek, dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian Produk Distro di Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti mendapatkan bimbingan, bantuan dan saran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Dra. Dientje Griandini, M.PD selaku dosen pembimbing I yang banyak memberikan semangat, saran, dukungan, waktu, dan tenaga yang sangat membantu dalam penulisan skripsi ini.
2. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE, MM selaku dosen pembimbing II yang telah sabar memberikan bimbingan, saran, waktu dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
3. Ryna Parlyna, MBA selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah meluangkan waktunya untuk membantu melengkapi penulisan skripsi ini.
4. Dr. Corry Yohana, MM selaku pembimbing akademik yang telah memberikan arahan, dukungan, bimbingan, serta waktunya selama masa perkuliahan.

5. Prof. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya.
7. Kedua orang tua tercinta, Dhany Prasetyo dan Saidah. Kakak tersayang, Selfy Handayani, serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan banyak dukungan baik secara moril maupun materil.
8. Seluruh teman-teman Program Studi Pendidikan Bisnis 2015 khususnya teman-teman sebangkunan yang saling membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
9. Seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang ikut andil dalam penyelesaian skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, hal ini diakibatkan karena keterbatasan kemampuan yang peneliti miliki. Maka dari itu, peneliti sangat mengharapkan kritik yang membangun dan saran serta masukan dari pembaca sekalian.

Jakarta, Agustus 2019

Alif Icksan Prabowo