

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA WARUNK UPNORMAL
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI
JAKARTA)**

WINDA AMALIA

1702517010



**Karya Ilmiah ini disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mendapatkan Gelar Ahli Madya**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

**THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE ON PURCHASE
DECISION IN WARUNG UPNORMAL (CASE STUDY ON
STUDENTS OF UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA)**

WINDA AMALIA

1702517010



**Reserch paper was written to fulfill one the requirements to get the title of
Diploma at the Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta.**

MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII

FACULTY ECONOMY

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

ABSTRAK

Winda Amalia, 2020; Pengaruh *Store Athmospere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Warunk Upnormal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta). Karya Ilmiah, Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui gambaran tentang *store atmosphere* dan keputusan pembelian konsumen 2) Mengetahui apakah *store atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Warunk Upnormal. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, data diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang pernah mengunjungi Warunk Upnormal dan melakukan pembelian pada Warunk Upnormal. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana. Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel *store atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 46.1% dan sisanya sebesar 53,9% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian Konsumen

ABSTRACT

Winda Amalia, 2020; *The Influence of Store Atmosphere on Purchase Decision in Warunk Upnormal (Case Study on Students of Universitas Negeri Jakarta)*. Scientific Paper, DIII Marketing Management Study Program. Faculty of Economics. Universitas Negeri Jakarta.

This study aims to: 1) Know the description of store atmosphere and purchase decision 2) Know whether store atmosphere have a significant effect on purchase decision in Warunk Upnormal. In this study the sampling technique used was purposive sampling, data obtained by distributing questionnaires. The samples used were 100 respondents who had visited Warunk Upnormal and made purchases on Warunk Upnormal. The analytical method used is simple linear regression analysis. The results of this study can be seen that the variable store atmosphere significantly influence purchase decision by 46.1% and the remaining 53,9% is influenced by other factors.

Keywords: Store Atmosphere, Purchase Decision



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Surel fe@unj.ac.id - www.fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SIDANG KARYA ILMIAH

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Edo Suryawan Siregar, S.E, M.B.A
NIP/NIDK : 197201252002121002
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Winda Amalia
No. Registrasi : 1702517010
Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh Store Athmosphere terhadap Keputusan Pembelian pada Warunk Upnormal (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)

untuk mengikuti Ujian Karya Ilmiah.

Jakarta, 16 Juni 2020

Mengetahui,
Koord. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Dosen Pembimbing

Dra. Sholikhah, M.M
NIP. 1962006231990032001

M. Edo Suryawan Siregar, S.E, M.B.A
NIP/NIDK. 197201252002121002

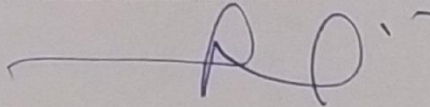
Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

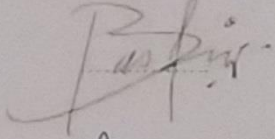
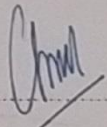
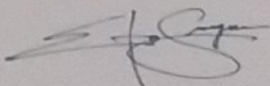
LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, SE., M Pd.
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 196301191992032001 (Ketua Penguji)		06-08-2020
2	<u>Dr. Christian Wiradendi Wolor, SE., MM</u> NIP. 199110182019031014 (Penguji Ahli)		04-08-2020
3	<u>M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A</u> NIP. 197201252002121002 (Dosen Pembimbing)		04-08-2020

Nama : Winda Amalia
No. Registrasi : 1702517010
Program Studi : D3 – Manajemen Pemasaran
Tanggal Lulus : 24 Juli 2020

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya Ilmiah ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Ahli Madya, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan Tinggi lain.
2. Karya Ilmiah 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 ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 26 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,



Winda Amalia
NIM. 1702517010

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur senantiasa peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang sudah memberikan rahmat, karunia-Nya, karena dengan-Nya peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan Karya Ilmiah dengan judul **“Pengaruh *Store Athmosphere* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Warunk Upnormal. (Studi kasus pada Mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta)”** ini dengan baik.

Penyusunan karya ilmiah ini bertujuan untuk memenuhi sebagian syarat untuk mencapai gelar Ahli Madya di Universitas Negeri Jakarta.

Maka pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberi dukungan dan senantiasa mendoakan peneliti dalam proses menyelesaikan Karya Ilmiah ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penyusunan karya ilmiah ini khususnya kepada:

1. Dra. Sholikhah, M.M. selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A. selaku Dosen Pembimbing Karya Ilmiah.

4. Dosen-dosen Program Studi DIII Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama peneliti duduk di bangku perkuliahan.
5. Rekan-rekan mahasiswa khususnya DIII Manajemen Pemasaran yang sudah berkenan membantu dalam penyusunan Karya Ilmiah ini.

Peneliti menyadari bahwa Karya Ilmiah ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga Karya Ilmiah ini bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, 16 Juni 2020

Peneliti