

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA YESZYMFG STORE SURAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen
Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

oleh:

IRZAM ILHAM

B 100 170 390

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA YESZYMFG STORE SURAKARTA**

Yang ditulis dan disusun oleh:

IRZAM ILHAM
B100170390

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 28 Juni 2021

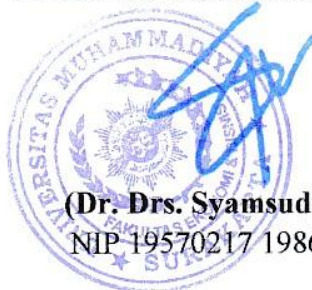
Pembimbing



(Zulfa Irawati, S.E., M.Si.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)
NIP 19570217 1986 031 001

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA YESZYMFG STORE SURAKARTA

Oleh:

IRZAM ILHAM
B100170390

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Senin, 28 Juni 2021
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Dewan Penguji:

1. Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D.

(.....)

(Ketua Dewan Penguji)

2. Ahmad Mardalis, S.E., MBA.

(.....)

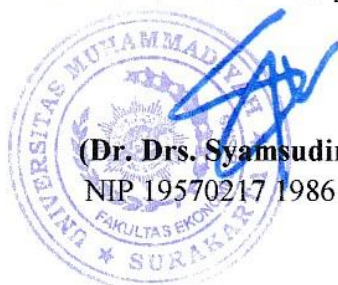
(Anggota I Dewan Penguji)

3. Zulfa Irawati, S.E., M.Si.

(.....)

(Anggota II Dewan penguji)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)
NIP 19570217 1986 031 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta 57102

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : IRZAM ILHAM

NIM : B100170390

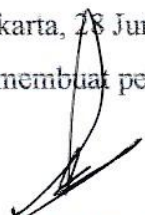
Jurusan : MANAJEMEN

Judul Skripsi : **PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
YESZYMFG STORE SURAKARTA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 28 Juni 2021

Yang membuat pernyataan


IRZAM ILHAM

MOTTO

“Dan kami perintahkan kepada manusia (berbuat baik) kepada dua orang ibu-bapaknya; ibunya telah mengandungnya dalam keadaan lemah yang bertambah-tambah, dan menyapihnya dalam dua tahun. Bersyukurlah kepada-Ku dan kepada dua orang ibu bapakmu, hanya kepada-Kulah kembalimu.”

(Q.S Luqman:14)

“Good friends, good books, and a sleepy conscience: this is the ideal life.”

(Mark Twain)

“Dream as if you will live forever; Live as if you will die today.”

(James Dean)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan skripsi ini untuk:

1. Allah SWT yang selalu memberi kemudahan, nikmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah memberi tauladan dan membawa perubahan dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benderang.
3. Kedua orang tua dan adik saya yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, motivasi yang sangat besar sehingga saya bisa menyelesaikan kuliah saya di Universitas Muhammadiyah ini.
4. Keluarga besar yang telah memberi dukungan dan doa.
5. Bapak Prof. Dr. Sofyan Anif, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Bapak Dr. Syamsudin, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
7. Bapak Imronudin, S.E, M.Si., Ph.D selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
8. Ibu Zulfa Irawati, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyempatkan waktu untuk membimbing dalam penyusunan penelitian ini.
9. Ibu Zulfa Irawati, S.E., M.Si., Bapak Drs. Wiyadi, MM.Ph.D., Bapak Ahmad Mardalis, S.E., MBA sebagai dosen penguji yang telah memberikan pengarahan dan masukan kepada peneliti.
10. Ibu Dr. Rini Kuswati, Msi selaku Pembimbing Akademik yang telah memberi arahan serta bimbingan selama studi penulis.
11. Sahabat serta teman-teman semuanya yang telah memberikan semangat dan dukungan.
12. Almaterku, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening pada yeszymfg store surakarta. Populasi dan sampel penelitian ini adalah semua yang pernah berkunjung ke YeszymfgSurakarta dalam penelitian ini sebanyak 120 responden. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer . Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dan diolah menggunakan alat analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan software SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen, *store amosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, *store amosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen yang dimediasi oleh minat beli.

Kata kunci: *Store Amosphere*, Keputusan Konsumen, MinatBeli

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of store atmosphere on purchasing decisions through buying interest as an intervening variable at yeszymfg store Surakarta. The population and sample of this study were all who had visited Yeszymfg Surakarta in this study as many as 120 respondents. The type of data used in this research is primary data. Methods of collecting data using a questionnaire and processed using Partial Least Square (PLS) analysis tool with SmartPLS 3.0 software. The results showed that store atmosphere had a positive and insignificant effect on consumer purchasing decisions, buying interest had a positive and significant effect on consumer decisions, store atmosphere had a positive and significant effect on buying interest, store amosphere had a positive and significant effect on consumer purchasing decisions mediated by buying interest.

Keywords: *Store Amosphere, purchasing decisions, buying interest*

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur tiada henti senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehinggaakhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH STORE ATMOSPHER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENIG PADAYESZYMFG STORE SURAKARTA”**. Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk melengkapi dan memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, untuk semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan penuh kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, petunjuk, kekuatan, kesabaran,kemudahan dan segala nikmat-Nya yang tak pernah henti senantiasa dilimpahkan kepada hamba-Nya.
2. Bapak Prof. Dr. Sofyan Anif, M.Si.selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Bapak Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Imronudin, SE., M.Si., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Zulfa Irawati, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing dalam penelitian ini.
6. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sriyono dan Ibu Umi Budi Asih yang senantiasa memberikan doa, nasihat, perhatian, kasih sayang dan dukungannya baik secara moril maupun materil.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan sehingga jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan pengetahuan bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 02 Juni 2021

Penulis

IRZAM ILHAM

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Tinjauan Teori.....	9
1. Keputusan Pembelian Konsumen.....	9
2. Minat Beli.....	15
3. <i>Store Atmosphere</i>	17
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Hipotesis Penelitian	24
D. Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Jenis Penelitian.....	29

B. Populasi, Sampel dan Sampling.....	29
C. Data dan Sumber Data	30
D. Metode Pengumpulan Data.....	31
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	32
F. Metode Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	40
A. Karakteristik Responden.....	40
B. Hasil Analisis Data	42
C. Evaluasi Outer Model atau Measurement Model	43
D. Evaluasi Inner Model.....	48
E. Pembahasan.....	53
BAB V PENUTUP.....	56
A. Simpulan	56
B. Keterbatasan Penelitian.....	56
C. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 4. 1 Skema Model Partial Least Square (PLS).....	43
Gambar 4. 2 <i>Bootstrapping</i>	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden (Usia)	40
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden (Jenis Kelamin).....	41
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden (Pekerjaan).....	41
Tabel 4. 4 <i>Outer Loadings</i>	44
Tabel 4. 5 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	45
Tabel 4. 6 <i>Composite Reliability</i>	46
Tabel 4. 7 <i>Cronbach's Alpha</i>	46
Tabel 4. 8 Uji Multikolinieritas.....	47
Tabel 4. 9 <i>R square</i>	49
Tabel 4. 10 Path Coefficient Teknik <i>Boostrapping</i>	50
Tabel 4. 11 Hasil Ringkasan Pengujian Pengaruh Langsung	51
Tabel 4. 12 Hasil Ringkasan Pengujian Pengaruh Tidak Langsung	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	61
Lampiran 2. Data Kuisisioner	66
Lampiran 3. Data Karakteristik Responden	69
Lampiran 4. Hasil Analisis Evaluasi <i>Outer Model</i>	70
Lampiran 5. Hasil Analisis Evaluasi <i>Inner Model</i>	70
Lampiran 6. Tabel Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Model	71
Lampiran 7. Tabel Uji Multikolinieritas	71
Lampiran 8. Tabel uji <i>Goodness of Fit (R-square)</i>	71
Lampiran 9. Tabel Uji Hipotesis	71