

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, KELENGKAPAN PRODUK, *STORE*
ATMOSPHERE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO SARI RASA KOTA MADIUN
SKRIPSI**



OLEH :

SITI FATIMATUL ZHAROH

NIM.2103102228

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

2025

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, KELENGKAPAN PRODUK, *STORE*
ATMOSPHERE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
TOKO SARI RASA KOTA MADIUN**

TUGAS AKHIR

Diajukan kepada Universitas Pgri Madiun untuk Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S. M)

OLEH :

SITI FATIMATUL ZHAROH

NIM. 2103102228

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Skripsi oleh Siti Fatimatul Zharoh telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Madiun, 15 Juli 2025

Pembimbing I,



Dr. Liliek Nur Sulistiyowati, S.E., M.M,
NIDN. 0717027501

Madiun, 15 Juli 2023

Pembimbing II,



Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M.
NIDN. 0708108702

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi oleh Siti Fatimatul Zharoh ini telah dipertahankan di depan panitia penguji pada hari Kamis tanggal 22 Juli 2025.

Panitia Penguji,


Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

Ketua


Robby Sandhi Dessyarti, S.E., M.M.
NIDN. 0724128802

Sekretaris


Dr. Liliek Nur Sulistiyowati, S.E., M. M.
NIDN. 0717027501

Anggota


Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M.
NIDN. 0708108702

Anggota


Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

Anggota

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., CA
NIDN. 0727078603

Mengesahkan,
Kaprodi S1 Manajemen


Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun:

Nama : Siti Fatimatul Zharoh
NIM : 2103102228
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Harga, Promosi, Kelengkapan
Produk, *Store atmosphere*, dan Kualitas
Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian
Pada Toko Sari Rasa Kota Madiun.

Menyatakan dengan benarnya bahwa tugas akhir yang saya buat ini adalah benar –
benar merupakan hasil karya saya sendiri. Hal – hal yang bukan karya saya, dalam
tugas akhir ini diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam Daftar Pustaka. Apabila di
kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia
menerima sanksi akademik berupa pencabutan tugas akhir dan gelar yang saya
peroleh atas tugas akhir tersebut.

Madiun, 30 Juli 2025

Mahasiswa



Siti Fatimatul Zharoh
NIM.2103102228

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu yang bisa kau ceriakan." (Boy Candra)

PERSEMBAHAN

"Tiada lembar paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada orang tua tercinta, sahabat, pasangan dan teman-teman yang selalu memberikan support untuk menyelesaikan skripsi ini."

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur selalu terpanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “ Pengaruh Harga, Promosi, Kelengkapan Produk, *Store atmosphere* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Sari Rasa Kota Madiun ”

Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuukmenyelesaikan Pendidikan S-1 pada Program Sudi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Dalam penyusunan skripsi inidapat selesai dengan lancer karena tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. H. Supri Wahyudi Utomo, M.Pd., selaku Rektor Universitas PGRI Madiun.
2. Dr. Anggita Langgeng W., S.E., M.Si., Ak.,C.A., CPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
3. Dr. Apriyanti, S.E., M.M.,CPSMM., selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
4. Dr. Liliek Nur Sulistiyowati, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia memberikan segenap ilmu, bimbingan serta arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia memberikan segenap ilmu, bimbingan serta arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

6. Kedua Orang tua, Kakak serta Keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan, bantuan serta moral dan material serta doa yang tak henti-hentinya terpanjatkan.
7. Nofan Triadi, Afifah, Alfina, Papal, Khoir, Maylano dan Farras yang selalu *support* perjalanan saya dalam pengerjaan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kelengkapan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih dan berharap bahwa skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Madiun, 30 Juli 2025



Siti Fatimatul Zharoh

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	19
C. Rumusan Masalah	19
D. Tujuan Penelitian	20
E. Manfaat Penelitian.....	21
BAB II.....	22
KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN	22
A. Kajian Pustaka.....	22
1. Theory of Plained Behavior	22
2. Keputusan Pembelian.....	23
b. Faktor Keputusan Pembelian	25
c. Indikator Keputusan Pembelian	26
3. Harga.....	29
b. Faktor Harga	30
c. Indikator Harga	31
4. Promosi	33
b. Faktor Promosi.....	34

1. Faktor Produk.....	34
2. Faktor Pasar	34
3. Faktor Pelanggan.....	34
4. Faktor Anggaran	35
c. Indikator Promosi.....	35
5. Kelengkapan Produk	37
b. Faktor Kelengkapan produk.....	38
c. Indikator kelengkapan produk	39
6. Store atmosphere.....	40
7. Kualitas Pelayanan	44
b. Faktor Kualitas Pelayanan	46
c. Indikator Kualitas Layanan	48
B. Penelitian Terdahulu.....	49
C. Kerangka Berpikir	55
D. Hipotesis Penelitian.....	57
H1 : Diduga harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Sari Rasa Madiun	58
H2 : Diduga promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Sari Rasa Madiun	59
H3 : Diduga kelengkapan produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Toko Sari Rasa Madiun	60
H4 : Diduga store atmosphere berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Sari Rasa Madiun.....	61
BAB III	62
METODE PENELITIAN.....	62
A. Tempat dan Waktu Penelitian	62
B. Jadwal Penelitian.....	62
C. Desain Penelitian.....	63
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	64
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	66
F. Teknik Pengumpulan Data.....	69
G. Instrumen Penelitian	69
H. Teknik Analisis Data.....	70
BAB IV	77

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	77
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	77
B. Deskripsi Data	79
C. Hasil Analisis Data.....	96
D. Pembahasan.....	115
BAB V PENUTUP.....	125
A. Kesimpulan	125
B. Impikasi.....	126
C. Keterbatasan.....	127
D. Saran	128
DAFTAR PUSTAKA	130
LAMPIRAN.....	135
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	135
KUESIONER PENELITIAN	135
Lampiran 2 Pernyataan Identitas Responden.....	136
KUESIONER PENELITIAN	136

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data toko peralatan dan perlengkapan rumah tangga di Kota Madiun...	3
Tabel 1. 2 Data Transaksi di Toko Peralatan dan Perlengkapan di Kota Madiun ...	5
Tabel 1. 3 Data Harga di Toko Peralatan dan Perlengkapan di Kota Madiun.	7
Tabel 1. 4 Promosi di Toko Peralatan dan Perlengkapan di Kota Madiun.	9
Tabel 1. 5 Data Kelengkapan Produk di Toko Peralatan dan Perlengkapan di Kota Madiun.....	11
Tabel 1. 6 Data Karyawan Toko Peralatan dan Perlengkapan di Kota Madiun. ...	17
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	49
Tabel 3. 1 Tabel Jadwal Penelitian	62
Tabel 3. 2 Tabel Definisi Operasional	67
Tabel 3. 3 Skala Pengukuran.....	70
Tabel 4.1 Usia Responden.....	80
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	80
Tabel 4. 3 Jenis Pekerjaan Responden	81
Tabel 4. 4 Berapa Kali Pernah Membeli di Toko Sari Rasa Madiun.....	82
Tabel 4. 5 Domisili Responden.....	83
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Harga (X1)	84
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Promosi (X2).....	86
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Kelengkapan Produk (X3)	88
Tabel 4. 9 Deskripsi <i>Store atmosphere</i> (X4).....	90
Tabel 4. 10 Deskripsi Kualitas Layanan	92
Tabel 4. 11 Deskripsi Keputusan Pembelian	94
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1).....	97
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi(X2)	98
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Kelengkapan Harga (X3)	99
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Store atmosphere</i>	100
Tabel 4. 16 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan.....	101
Tabel 4. 17 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	102
Tabel 4. 18 Uji Reliabel	103
Tabel 4. 19 Uji Normalitas	105
Tabel 4. 20 Hasil Multikolinearitas Coefficientsa Collinearity Statistics.....	106
Tabel 4. 21 Hasil Uji Heteroskedasitas Coefficientsa.....	108
Tabel 4. 22 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Coefficientsa	109
Tabel 4. 23 Hasil Uji t.....	111
Tabel 4. 24 Hasil Koefisien Determinasi Model Summaryb Predictors: (Constant)X4, X3, X2, X1	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Indeks Harga Konsumen (IHK) Jawa Timur	2
Gambar 1. 2 Toko Sari Rasa Madiun.....	14
Gambar 1. 3 Diagram Pra Survey <i>Store atmosphere</i> Toko Sari Rasa dan Pesaing	15
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Penelitian	56
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	63