

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN BRAND
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA AYAM GEPREK LAYLA DI KAB NGANJUK**

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Sebagiaian Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

HENY KUSUMA NINGRUM
NPM :17419158

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KEDIRI
K E D I R I
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri dan diterima untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Pada tanggal 31 Juli 2021

Mengesahkan
Universitas Kadiri
Fakultas Ekonomi

Dekan,



Dr. Nur Lely, M.M
NIK:0718026001

Tim Penguji:

1. Drs. Gandung Satriyono, S.T. M.M
NIDN : 071726302



.....

2. M.Dian Ruhamak, SE., MM
NIDN : 0718119001



.....

3. Afif Nur Rahmadi, S.E. M.M
NIDN : 0723118501



.....

SURAT PERNYATAAN TENTANG ORISINALITAS

Yang bertanda tangan ini, saya:

Nama : Heny Kusuma Ningrum

NPM : 17419158

Program Study : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Jenjang : Sarjana (S1)

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul: **“PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA AYAM GEPREK LAYLA DI KAB NGANJUK”**

Apabila suatu saat nanti saya terbukti melakukan tindakan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Kediri, 31 Juli 2021



Heny Kusuma Ningrum
NPM. 17419158

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis Panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat limpahan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun proposal skripsi ini tepat pada waktunya. Proposal skripsi ini berjudul tentang **“Pengaruh Store Atmosphere dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Ayam Geprek Layla di Kab Nganjuk”**

Dalam penyusunan proposal ini, penulis banyak mendapat tantangan dan hambatan akan tetapi dengan bantuan dari berbagai pihak sehingga tantangan itu bisa teratasi. Oleh karenanya, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan KaruniaNya kepada penulis.
2. Ir. Djoko Rahardjo, MP selaku Rektor Universitas Kediri
3. Dr. Nur Laely., M.M selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kediri.
4. Drs. Gandung Satriyono, S.T.,M.M selaku Kaprodi Manajemen
5. Drs. Gandung Satriyono, S.T.,M.M dan M. Dian Ruhamak, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan petunjuk, bimbingan, pengetahuan, dan pengarahan selama penyusunan proposal skripsi ini.
6. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama kuliah di Universitas Kediri.
7. Kedua Orang Tua saya tercinta Ayah Lestari Muji dan Ibu Nyamisri Adik saya Tasya Dwi Oktavia, serta suami saya Aris Eko Prasetyo yang telah memberikan semangat, motivasi, kasih sayang, kesabaran dan doa yang senantiasa mengiringi langkah demi keberhasilan dan kesuksesan penulis

8. Untuk sahabat saya tercinta Oka, Tantri, Puspita, Luluk, Meling, Syifa, Kenisa yang selalu memberikan support hingga detik ini.
9. Teman-teman angkatan 2017 Universitas Kadiri khususnya Fakultas Ekonomi Manajemen B. Terimakasih atas kebersamaan kita selama perkuliahan dan telah menjadi teman seperjuangan
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, namun telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari kesempurnaan baik dari bentuk penyusunan maupun materinya. Kritik yang membangun dari pembaca sangat penulis harapkan untuk penyempurnaan proposal selanjutnya.

Akhir kata semoga proposal ini dapat memberikan manfaat kepada kita sekalian.

Nganjuk, 31 Juli 2021

Penulis,

HENY KUSUMA NINGRUM

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN TENTANG ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Tujuan Penelitian	8
1.4.2 Manfaat Penelitian	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Manajemen.....	11
2.2.1.1 Pengertian Manajemen.....	12
2.2.1.2 Fungsi Manajemen.....	13
2.2.1.3 Manajemen Pemasaran.....	14

2.2.2 Pemasaran	15
2.2.2.1 Pengertian Pemasaran	15
2.2.2.2 Konsep Pemasaran	17
2.2.3 Bauran Pemasaran.....	18
2.2.3.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	18
2.2.3.2 Elemen-elemen Bauran Pemasaran.....	19
2.2.4 Store Atmosphere.....	21
2.2.4.1 Pengertian Store Atmosphere.....	23
2.2.4.2 Faktor-faktor Penciptaan Store Atmosphere	23
2.2.4.3 Cakupan Store Atmosphere.....	24
2.2.4.4 Indikator Store Atmosphere	26
2.2.5 Brand Image	27
2.2.5.1 Pengertian Brand Image	28
2.2.5.2 Manfaat Brand image	29
2.2.5.3 Indikator Brand Image	29
2.2.6 Keputusan Pembelian.....	31
2.2.6.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	32
2.3 Kerangka Berpikir	34
2.4 Hipotesis.....	35
BAB III.....	37
METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Lokasi dan Periode Penelitian.....	37
3.3 Populasi dan Sampel	37
3.3.1 Populasi.....	37
3.3.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	38

3.3.3 Teknik Sampling	40
3.4 Sumber Data.....	40
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	41
3.5.1 Teknik Pengumpulan data.....	41
3.5.2 Uji Instrumen Penelitian Validitas dan Reliabilitas Data	42
3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	44
3.7. Metode Analisis Data.....	46
3.8. Uji Hipotesis.....	46
3.8.1. Uji Hipotesis (Uji t).....	46
3.8.2. Uji Kelayakan Model (Uji F)	47
3.8.3. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	48
BAB IV	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	49
4.1.2 Visi Misi Perusahaan.....	52
4.1.2.1 Visi Ayam Geprek Layla di Kab.Nganjuk.....	52
4.1.2.2 Misi Ayam Geprek Layla di Kab. Nganjuk	52
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	53
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Profesi.....	55
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	56
4.4 Analisis Data	60
4.4.1 Uji Validitas	60
4.4.2 Uji Reliabilitas	61

4.4.3 Uji Regresi Linier Berganda	62
4.5 Penguji Hipotesis	63
4.5.1 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji T)	63
4.5.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	65
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	66
4.6 Pembahasan.....	66
4.6.1 Pengaruh Store Atmosphere Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian pada Ayam Geprek Layla di Kab.Nganjuk	67
4.6.2 Pengaruh Brand Image Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian pada Ayam Geprek Layla di Kab. Nganjuk.....	68
4.6.3 Pengaruh Store Atmosphere dan Brand Image Secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Ayam Geprek Layla di Kab. Nganjuk	69
BAB V.....	70
KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	44
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Profesi.....	55
Tabel 4.4 Jawaban Responden Terhadap Store Atmosphere (X1)	56
Tabel 4.5 Jawaban Responden Terhadap Brand Image (X2).....	57
Tabel 4.6 Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	58
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	35
Gambar 4. 1 Logo Ayam Geprek Layla.....	52
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Ayam Geprek Layla	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Riwayat Hidup	77
Lampiran 1. 2 Kuisisioner Penelitian	78
Lampiran 1. 3 Petunjuk Pengisian Kuisisioner.....	79
Lampiran 1. 4 Hasil Jawaban Responden	82
Lampiran 1. 5 Hasil Analisis Data dengan SPSS.....	93
Lampiran 1.6 Lembar Bimbingan Skripsi.....	98
Lampiran 1.7 Berita Acara Seminar Proposal.....	99
Lampiran 1.8 Lembar Persetujuan Mengikuti Seminar Proposal	100
Lampiran 1.9 Laporan Plagiasi	101