

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, LOKASI, DAN VARIASI
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi pada Konsumen *Onedis Coffee* Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Oleh :

RARA TAMALA
20210510082



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, LOKASI DAN VARIASI PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Survey Pada Konsumen Onedis *Coffee* Kuningan)

Disusun Oleh :

RARA TAMALA

20210510082

Telah diseminarkan pada tanggal 18 September 2025

Dan disetujui oleh :

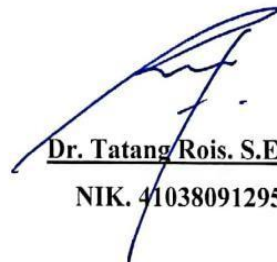
Penelaah I,

Penelaah II,



Prof. Dr. H. Dikdik Hariadi, S.E., M.Si

NIK. 41038971055



Dr. Tatang Rois, S.E., .Si

NIK. 41038091295

Mengetahui

Kepala Program Studi Manajemen,

Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy.

NIK. 41038091296

LEMBAR PERSERTUJUAN

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, LOKASI, DAN VARIASI PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Onedis *Coffee* Kuningan)**

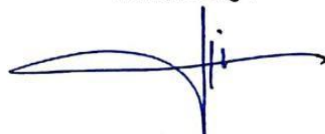
Disusun Oleh :

Rara Tamala
20210510082

Kuningan, September 2025

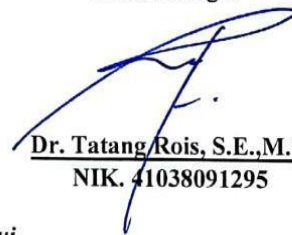
Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si
NIK. 41038971054

Pembimbing II



Dr. Tatang Rois, S.E., M.Si
NIK. 41038091295

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Hj. Lili Karmela F., S.E., M.Si
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen,

Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy
NIK. 41038091296

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan."

(QS. Al-Insyirah: 6)

"Don't feel stupid if you don't like what everyone else pretends to love."

(Amara Watson)

"Growth looks different on everyone. Don't compare, just bloom."

(Zendaya)

"Hidup bukan tentang seberapa cepat kita sampai, tapi tentang bagaimana kita terus bertahan saat jalan terasa lambat. Aku percaya, segala yang diperjuangkan dengan niat baik dan hati yang tulus, pada akhirnya akan menemukan tempat terbaik untuk berlabuh."

PERSEMBAHAN

"Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, atas segala doa, dukungan, dan pengorbanan yang tak ternilai. Untuk kakak-kakak saya yang selalu menjadi penyemanagat dalam setiap proses, dan semua orang terdekatku. Serta untuk almamater Universitas Kuningan, tempat saya tumbuh dan belajar"

PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, LOKASI DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Onedis Coffee Kuningan)**" ini beserta isinya benar - benar karya saya sendiri tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara - cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya tulis ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Rara Tamala

NIM. 20210510082

ABSTRAK

RARA TAMALA. 20210510082. “Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Onedis Coffee Kuningan). Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Kuningan. Pembimbing I Dr. Hj. Lili Karmela F,S.E., M.Si.. Pembimbing II Dr. Tatang Rois, SE., M. Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere*, lokasi, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen onedis *coffee* kuningan) baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen onedis *coffee* Kuningan dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dimana sampel yang dipilih berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu pada penelitian yang dilakukan. Jumlah keseluruhan sampel dalam penelitian ini adalah 160 responden. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan metode survey dengan menggunakan kuisioner melalui Google Form dan pengukurannya menggunakan skala interval. Data yang dapat diolah dengan metode analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Store Atmosphere*, Lokasi, dan Variasi Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, variabel *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, variabel Variasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, Lokasi, Variasi Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

RARA TAMALA. 20210510082. “The Influence of Store Atmosphere, Location and Product Variation on Purchasing Decisions (Study on Onedis Coffee Kuningan Consumers). Management Study Program. Faculty of Economics and Business. Kuningan University. Supervisor I Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Sc.. Supervisor II Dr. Tatang Rois, SE., M. Si.

This study aims to determine the effect of Store Atmosphere, location, and product variation on purchasing decisions (study on Onedis Coffee Kuningan consumers) both partially and simultaneously. The research method used by the author in this study is a descriptive method with a quantitative approach. The population used in this study were Onedis Coffee Kuningan consumers with the sampling technique used in this study was purposive sampling, where the samples were selected based on certain considerations and criteria in the research conducted. The total number of samples in this study was 160 respondents. The data collection technique used was a survey method using a questionnaire via Google Form and its measurement used an interval scale. Data that can be processed using the multiple linear regression analysis method with the help of the SPSS version 25 application. The results of the study showed that the variables Store Atmosphere, Location, and Product Variation simultaneously have a significant effect on Purchasing Decisions, the Store Atmosphere variable has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, the Location variable has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, the Product Variation variable has a positive and significant effect on Purchasing Decisions.

Keywords: Store Atmosphere, Location, Product Variation, Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan Syukur atas kehadiran Allah SWT, dengan segala Rahmat, nikmat, rezeki, dan karunia-Nya. Tak lupa sholawat beserta salam semoga tercurah limpah kepada baginda Rasalullah SAW yakni Nabi Muhammad SAW beserta para sahabatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi, dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (studi pada konsumen Onedis *Coffee* Kuningan)”**

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Penelitian menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan dan berpikir peneliti serta keterbatasan waktu dan kesempatan. Namun peneliti berharap skripsi ini akan bermanfaat dan dapat memberikan informasi bagi pihak yang membutuhkan. Dalam menyelesaikan proposal penelitian ini peneliti banyak memperoleh bimbingan dan bantuan serta saran-saran dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung yang ikut berkontribusi dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis mengucapkan terimakasih dan dengan segala kerendahan hati, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat memberikan pengetahuan bagi pembaca guna pengembangan selanjutnya

Kuningan, Juli 2025

Rara Tamala
NIM. 20210510082

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana. Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Dr. Hj. Lili Karmela F, SE., M. Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan dan selaku pembimbing I yang telah dengan sabar dan penuh perhatian membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, ilmu, arahan, serta dukungan yang Ibu berikan sejak awal hingga skripsi ini selesai.
2. Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Tatang Rois, SE., M. Si, selaku dosen pembimbing II, atas bimbingan, masukan, serta arahan yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran Bapak dalam membimbing, serta ketelitian dalam memberikan koreksi dan saran yang membangun. Dukungan dan perhatian Bapak menjadi salah satu bagian penting yang membantu penulis menyelesaikan skripsi ini dengan lebih baik.
3. Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., MM selaku Rektor Universitas Kuningan.
4. Dr. Rina Masruroh, S.E., M.Sy., selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Kuningan.
5. Bapak Iqbal Arraniri, S.E.I., M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik selama perkuliahan.
6. Seluruh dosen di Program Studi Manajemen, yang telah dengan tulus membagikan ilmu, pengalaman, serta inspirasi selama masa perkuliahan.
7. Seluruh staf Program studi Manajemen atas bantuan dan pelayanan yang diberikan selama penulis menjalani proses perkuliahan hingga penyusunan

skripsi ini.

8. Terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada orang tua tercinta bapa Yayat Nurulhayat dan Ibu Tirah, atas doa, kasih sayang, dan dukungan yang tak pernah putus. Segala pencapaian ini tak lepas dari restu dan ketulusan kalian.
9. Secara khusus, penulis sampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada kakak-kakak tercinta, yang selama ini telah menjadi sosok luar biasa dalam hidup penulis. Terima kasih atas setiap keringat, usaha, dan pengorbanan yang telah kakak berikan demi pendidikan penulis. Di saat banyak orang mungkin menyerah atau memilih jalan lain, kakak justru melangkah lebih jauh menunda banyak hal dalam hidup sendiri, hanya demi melihat adiknya bisa kuliah dan meraih cita-cita. Setiap rupiah yang kakak usahakan bukan hanya biaya kuliah, tapi juga doa, harapan, dan cinta yang tidak bisa diukur dengan apapun. Terima kasih telah menjadi sosok yang tidak pernah lelah mendukung, mendoakan, dan menjadi tempat penulis berpulang di tengah rasa lelah. Segala keberhasilan dalam pencapaian ini tidak lepas dari perjuangan dan ketulusan. Semoga Allah membalas semua kebaikan dan lelahmu dengan kebahagiaan yang berlipat.
10. Ucapan terima kasih yang dalam penulis sampaikan kepada Bibi tercinta Erika Diyanti, yang selama ini telah menjadi rumah kedua bagi penulis. Terima kasih atas segala kebaikan, perhatian, dan banyaknya bantuan yang Bibi berikan, mulai dari awal masa perkuliahan hingga skripsi ini selesai. Kehadiran Bibi bukan hanya sebagai keluarga, tapi juga sebagai tempat beristirahat, bercerita, dan bertumbuh. Di tengah rasa lelah, Bibi selalu ada dan di tengah kesulitan selalu membantu dan menghibur penulis.
11. Onedis *Coffee* Kuningan yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
12. Kepada sahabat sahabatku Leoni Rahmaningsih, Lesa Fitriani, Pritania Marsya Liesdiana, dan Regita Ayu Febiana yang telah menemani perjalanan ini sejak awal perkuliahan dan selalu ada untuk mendengar, membantu, dan menghibur bahkan di masa tersulit sekalipun. Kehadiran kalian jadi bagian penting dalam

proses ini, dan penulis sangat bersyukur telah dipertemukan.

13. Kepada sahabat sahabatku sejak SMP sampai saat ini, Hana Putri Faza, Mela Milatul Aulia, Ichsan Nugraha yang selalu memberikan *support*, menemani dalam suka dan duka serta selalu menghibur penulis.
14. Kepada Sahabatku Sinta Melyawati yang selalu ada di masa-masa sulit yang sabar mendengar keluh kesah, tetap bertahan saat penulis lelah, dan bahkan rela meluangkan waktu untuk mengantar ke sana sini.
15. Teman-teman kelas Manajemen E'2021 dan pengurus BEM Fakultas Ekonomi dan Bisnis periode 2023-2024 yang telah mengisi dunia perkuliahan penulis.
16. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
PERNYATAAN OTENTISITAS	
ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pemasaran.....	9
2.1.1.2 Tujuan Pemasaran.....	10
2.1.1.3 Strategi Pemasaran.....	10
2.1.1.4 Manajemen Pemasaran	11
2.1.2 Keputusan Pembelian	12
2.1.3 <i>Store Atmosphere</i>	17

2.1.4	Lokasi	20
2.1.5	Variasi Produk	23
2.2	Pengaruh Antar Variabel	25
2.2.1	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.2.2	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.3	Penelitian Terdahulu.....	27
2.4	Kerangka Berpikir	34
2.5	Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN.....		36
3.1	Metode Penelitian yang Digunakan.....	36
3.2	Operasional Variabel	37
3.3	Populasi dan Sampel	38
3.3.1	Populasi	38
3.3.2	Sampel	39
3.4	Jenis dan Sumber Data	40
3.4.1	Jenis Data.....	40
3.4.2	Sumber Data	40
3.5	Teknik Pengumpulan Data	40
3.6	Uji Instrumen.....	41
3.6.1	Uji Validitas.....	41
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	44
3.7	Teknik Analisis Data	45
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	45
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	46
3.7.3	Analisis Regresi Linear Berganda	48
3.7.4	Koefisien Determinasi (R^2)	48
3.7.5	Uji Hipotesis.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Hasil Penelitian.....	51

4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
4.1.2	Gambaran Karakteristik Responden.....	52
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
4.1.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per-bulan ..	55
4.1.3	Teknik Analisis Data.....	55
4.1.3.1	Uji Analisis Deskriptif.....	55
a.	Uji Analisis Deskriptif <i>Store Atmosphere</i> (X1)	56
b.	Uji Analisis Deskriptif Lokasi (X2)	58
c.	Uji Analisis Deskriptif Variasi Produk	61
d.	Uji Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	63
4.1.3.2	Uji Asumsi Klasik	65
a.	Uji Normalitas	65
b.	Uji Multikolinearitas.....	66
c.	Uji Heterokedastisitas	67
4.1.4	Analisis Regresi Berganda	68
4.1.5	Koefisien Determinasi (R^2)	70
4.2	Pembahasan	72
4.2.2	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian	74
4.2.3	Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.....	75
4.2.4	Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		78
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN - LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pendapatan Onedis *Coffee* Kuningan

.....
4

Tabel 1.2 Data pengunjung pada *coffee shop* di kota Kuningan

.....
5

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

.....
28

Tabel 3.1 Operasional Variabel

.....
39

Tabel 3.2 Skala Pengukuran Interval

.....
43

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas *Store Atmosphere* (X1)

.....
44

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Lokasi (X2)

.....
45

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variasi Produk (X3)

.....
45

Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

.....
46

Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas

.....
47

Tabel 4.1 Tabel Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

.....
56

Tabel 4.2 Tabel Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.3 Tabel Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.4 Tabel Responden Berdasarkan Pendapatan	58
Tabel 4.5 Uji Deskriptif <i>Store Atmosphere</i> (X1)	59
Tabel 4.6 Uji Deskriptif Lokasi (X2)	62
Tabel 4.7 Uji Deskriptif Variasi Produk (X3)	64
Tabel 4.8 Uji Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	67
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikoleniaritas	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Heterokedastisitas	71
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	72
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	74
Tabel 4.11 Hasil Hasil Uji F	

.....
75

Tabel 4.12 Hasil Uji t

.....
75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian .2	
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	37
Gambar 4.1 Onedis <i>Coffee</i> Kuningan	54
Gambar 4.2 Kriterium <i>Store Atmosphere</i> (X1)	61
Gambar 4.3 Kriterium Lokasi (X2).....	73
Gambar 4.4 Kriterium Variasi Produk (X3).....	75
Gambar 4.5 Kriterium Keputusan Pembelian (Y).....	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Surat Pengantar Bimbingan Skripsi Berita Acara Bimbingan Skripsi Surat Permohonan Izin Penelitian Surat Balasan Penelitian
Lampiran II	: Kuesioner Penelitian
Lampiran III	: Tabulasi Data Hasil Jawaban Responden
Lampiran IV	: Hasil Output Perhitungan SPSS Statistic Versi 25
Lampiran V	: Tabel r, Tabel F dan Tabel t
Lampiran VI	: Daftar Riwayat Hidup