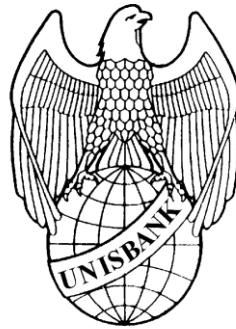


**PENGARUH PROMOSI, *STORE ATMOSPHERE* DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI SUPERINDO
SAAT TERJADI PANDEMI COVID 19
(Studi Pada Konsumen Superindo Jl. S. Parman Semarang)**

S K R I P S I

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
guna menyelesaikan studi akhir dan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Stikubank
S e m a r a n g



Oleh :

Nama : GETCHA OLIVIRA NANDA
NIM : 16.05.51.0237
Program Studi : S1 Manajemen

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK
S E M A R A N G
2 0 2 0**

HALAMAN PERSETUJUAN



Manuskrip Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun disetujui untuk mengikuti ujian pendadaran skripsi dengan judul :

PENGARUH PROMOSI, *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SUPERINDO SAAT TERJADI PANDEMI COVID 19 (Studi Pada Konsumen Superindo Jl. S. Parman Semarang)

Diajukan oleh

GETCHA OLIVIRA NANDA
16.05.51.0237

Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Program Studi S.1. Manajemen
Universitas Stikubank Semarang

Telah disetujui guna menempuh ujian skripsi
Semarang, 18 Agustus 2020

Dosen Pembimbing

(Dr. Endang Tjahjarningsih, M.Kom)
NIDN : 0622056601

HALAMAN PENGESAHAN



PENGARUH PROMOSI, *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SUPERINDO SAAT TERJADI PANDEMI COVID 19 (Studi Pada Konsumen Superindo Jl. S. Parman Semarang)

Diajukan oleh

GETCHA OLIVIRA NANDA
16.05.51.0237

Program studi strata 1 (S1) Manajemen

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 18 Agustus 2020 dan skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana,

Penguji I

(Dr. Endang Tjahjaningsih, SE, M.Kom)
NIDN : 0622056601

Penguji II

(Dr. Alimuddin Rizal, SE, MM)
NIDN : 0610106301

Penguji III

(Drs. Bambang Sutejo, MM)
NIDN : 0628036101

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis



(Dr. Eus Soliha, S.E., M.Si)
NIDN : 0627037101

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI



**PENGARUH PROMOSI, *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI SUPERINDO SAAT TERJADI PANDEMI COVID 19
(Studi Pada Konsumen Superindo Jl. S. Parman Semarang)**

Diajukan oleh

**GETCHA OLIVIRA NANDA
16.05.51.0237**

Saya menyatakan bahwa yang tertulis dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Jika ditemukan dikemudian hari ada masalah yang berkaitan dengan hal diatas, maka saya sanggup dilepas gelar sarjana saya.

Semarang, 18 Agustus 2020

Yang menyatakan,

(Getcha Olivira Nanda)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul : “PENGARUH PROMOSI, *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SUPERINDO SAAT TERJADI PANDEMI COVID 19 (Studi Pada Konsumen Superindo Jl. S. Parman Semarang)”.

Adapun penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi persyaratan guna mencapai derajat S-1 pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan semua pihak yang telah memberikan dukungan dan masukan baik material maupun spiritual. Dan tidak berlebihan kiranya bila penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Safik Faozi, SH, M.Hum, selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
2. Dr. Euis Soliha, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
3. Sri Sudarsi, SE, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang
4. Dr. Endang Tjahjaningsih, M.Kom, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Alimuddin Rizal, SE, MM dan Drs. Bambang Sutejo, MM selaku Dosen Penguji.
6. Sri Rahayuningsih, SE, MM selaku Dosen Wali.

7. Dosen (pengajar) di Universitas Stikubank Semarang yang telah memberi bekal dalam kegiatan belajar mengajar.
8. Teman-teman Fakultas Ekonomika dan Bisnis Program Studi Manajemen 2016 Universitas Stikubank Semarang yang selalu mensupport saya dan doanya.

Semoga segala bentuk bantuan yang telah diberikan mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Semarang, Agustus 2020

Penulis,

(**GETCHA OLIVIRA NANDA**)
16.05.51.0237

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, PENELITIAN EMPIRIS DAN HIPOTESIS	
2.1. Tinjauan Pustaka.....	9
2.1.1. Promosi.....	9
2.1.2. Iklan.....	13

2.1.3.	<i>Store Atmosphere</i> (Suasana Toko).....	15
2.1.4.	Kualitas Layanan	20
2.1.5.	Keputusan Pembelian.....	24
2.2.	Penelitian Terdahulu	30
2.3.	Hubungan antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis.....	33
2.3.1.	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	33
2.3.2.	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.3.3.	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.4.	Kerangka Pikir	36
2.4.1.	Model Grafis	36
2.4.2.	Model Matematis	38
 BAB III METODE PENELITIAN		
3.1.	Populasi dan Pengambilan Sampel	39
3.2.	Jenis dan Sumber Data.....	40
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	41
3.4.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	42
3.5.	Pengujian Instrumen Penelitian	44
3.5.1.	Uji Validitas	44
3.5.2.	Reliabilitas	45

3.6.	Metode Analisis Data	46
3.6.1.	Uji Fit Model (<i>Goodness of Fit</i>)	47
3.6.2.	Pengujian Hipotesis (Uji – t).....	48
BAB IV	ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1.	Gambaran Umum Responden.....	49
4.2.	Deskripsi Variabel	50
4.3.	Uji Validitas.....	53
4.4.	Uji Reliabilitas	55
4.5.	Analisis Regresi	56
4.6.	Uji Kelayakan Model (<i>Goodnes of Fit</i>).....	57
4.7.	Uji Hipotesis (Uji – t)	58
4.8.	Pembahasan	59
BAB V	SIMPULAN, KETERBATASAN DAN IMPLIKASI	
5.1.	Kesimpulan	65
5.2.	Keterbatasan Penelitian	65
5.3.	Implikasi Penelitian	66
5.4.	Rekomendasi Penelitian Yang Akan Datang.....	68
	DAFTAR PUSTAKA	69
	LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1. <i>Top Brand Index</i> (TBI) Supermarket di Indonesia Tahun 2017 – 2019	3
Tabel 1.2. Penjualan Superindo S. Parman Semarang Januari – April 2020.....	5
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1. Definisi Konsep dan Indikator	43
Tabel 4.1. Deskripsi Responden	49
Tabel 4.2. Tabel Deskriptif Variabel	50
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas	54
Tabel 4.4. Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.5. Hasil Analisis Regresi.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	73
Lampiran 2	Tabulasi Hasil Penelitian dan Tabulasi Responden	79
Lampiran 3	Uji Statistik Deskriptif Variabel.....	82
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas.....	95
Lampiran 5	Hasil Uji Reliabilitas	106
Lampiran 6	Hasil Regresi Berganda.....	111