

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, LOKASI, DAN KERAGAMAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO INDAH
JAYA FOTO COPY DAN ALAT TULIS KANTOR**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

Pada Program Studi Manajemen



OLEH :

MARELDA AURRELIA THEDATAMA

(18.1.02.02.0304)

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2022

Skripsi oleh:

MARELDA AURELIA THEDATAMA

NPM: 18.1.02.02.0304

Judul:

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, LOKASI, DAN KERAGAMAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO INDAH
JAYA FOTO COPY DAN ALAT TULIS KANTOR**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Prodi Manajemen
FEB UN PGRI Kediri

Tanggal: _____

Pembimbing I

Pembimbing II

DIAN KUSUMANINGTYAS, S.E. MM

M. ZUHDI SASONGKO, S.E.M.MT.Ak

NIDN.0703108302

NIDN.0709097606

Skripsi oleh:

MARELDA AURELIA THEDATAMA

NPM: 18.1.02.02.0304

Judul:

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, LOKASI, DAN KERAGAMAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO INDAH
JAYA FOTO COPY DAN ALAT TULIS KANTOR**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Prodi Manajemen FEB UN PGRI Kediri

Pada Tanggal : 26 Juli 2022

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua Penguji : DIAN KUSUMANINGTYAS, S.E,M.M : _____
2. Penguji I : GESTY ERNESTIVITA, M.M : _____
3. Penguji II : M. ZUHDI SASONGKO, S.E,Ak,M.MT : _____

Mengetahui,

Dekan FEB

Dr. Subagyo, M.M.

NIDN.0717066601

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Marelda Aurelia Thedatama
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl. Lahir : Malang/08 Mei 1999
NPM : 18.1.02.02.0304
Fak/Jur./Prodi. : FEB/ S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 13 Juni 2022

Yang Menyatakan

MARELDA AURELIA THEDATAMA

NPM: 18.1.02.02.0304

MOTTO:

Kematian adalah peristiwa tercepat, yang menjadikan segala
tinggal sejarah.

-Bacharuddin Jusuf Habibie

Kupersembahkan Karya ini untuk:

Mamaku tercinta, Papaku tersayang, Bapakku terkasih, dan
Alm.Adikku Ferrelido Najji Valentino Suhaji yang sangat aku
rindukan. Dek, mbak sudah lulus kuliah, semoga kamu tenang
disana dalam lindungan-Nya. Aamiin.

Untuk teman seperjuanganku Eny, Novi, Denik terimakasih sudah
mau menjadi temanku dan sabar menghadapiku. Untuk teman
sesama bimbingan Jihan, terimakasih setiap bimbingan bersama,
diskusi bersama. Dan terimakasih seluruh temanku, juga seluruh
dosen yang telah berjasa dalam penyusunan skripsi dan memberi
ilmu yang bermanfaat, semoga menjadi amal jariyah.

Abstrak

Marelda Aurelia Thedatama Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Indah Jaya Foto Copy Dan Alat Tulis Kantor, Skripsi, Manajemen, FEB UN PGRI Kediri, 2022.

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, Lokasi, Keragaman Produk, Keputusan Pembelian.

Penelitian ini dilatarbelakangi hasil pengamatan dan observasi langsung berdasarkan pengalaman peneliti di lapangan bahwa adanya pandemi *Covid19* yang mengakibatkan usaha ritel terdampak. Kurangnya kesiapan pelaku usaha dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat untuk kelangsungan dan peningkatan penjualan usahanya. Tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, lokasi, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian di Toko Indah Jaya secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode kausalitas dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dengan cara mendistribusikan kuisisioner secara langsung. Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu konsumen yang datang dan melakukan transaksi pembelian di Toko Indah Jaya. Dalam pengujian hipotesis mempergunakan teknik yaitu regresi linier berganda melalui bantuan alat pengolah data SPSS 23. Kesimpulan hasil dari penelitian ini adalah: (1)*Store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada Toko Indah Jaya Fotocopy dan Atk. (2)Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada Toko Indah Jaya Fotocopy dan Atk. (3)Keragaman produk berpengaruh signifikan keputusan pembelian produk pada Toko Indah Jaya Fotocopy dan Atk. (4)Berdasarkan analisis secara simultan membuktikan bahwa variabel *store atmosphere*, lokasi, dan keragaman produk berpengaruh atau signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Indah Jaya Fotocopy dan Atk.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul "Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Indah Jaya Foto Copy Dan Alat Tulis Kantor" dengan tepat waktu. Skripsi ini disusun guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, pada Jurusan Manajemen FEB UN PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Zainal Afandi, M. Pd. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Bapak Dr. Subagyo, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah memberikan izin dalam penelitian skripsi ini.
3. Ibu Restin Meilina, M.M. ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Ibu Dian Kusumaningtyas, S.E.MM. selaku dosen pembimbing pertama yang telah sabar memberikan pengarahan prosedur yang baik dan benar dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak M. Zuhdi Sasongko, S.E,Ak,M.MT. selaku dosen pembimbing kedua yang telah mendukung pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah banyak memberi bekal ilmu pengetahuan, dan berbagi pengalaman dibangku perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Pimpinan Toko Indah Jaya Foto copy dan ATK di Kunjang dan para responden yaitu konsumen Toko Indah Jaya Foto copy dan ATK , serta semua pihak yang telah membantu kelancaran penyusunan skripsi.

8. Seluruh teman-teman SI Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri kelas 4F, terima kasih untuk bantuannya baik berupa moril maupun materiil.

Disadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan mengingat keterbatasan kemampuan dan pengetahuan peneliti. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhir kata, semoga karya tulis dapat menjadi sumbangan pengetahuan yang berarti dan dapat bermanfaat bagi yang memerlukan.

Kediri, 13 Juni 2022

Marelda Aurelia Thedatama

NPM: 18.1.02.020304

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelitian	11
BAB II : KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teori	12
1. Keputusan Pembelian.....	12
2. <i>Store Atmosphere</i>	17
3. Lokasi	20
4. Keragaman Produk.....	23
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	25
C. Kerangka Berfikir.....	29
D. Kerangka Konseptual.....	32
E. Hipotesis	33

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

A. Variabel Penelitian.....	34
1. Identifikasi Variabel Penelitian.....	34
2. Definisi Operasional Variabel.....	35
B. Teknik Penelitian dan Pendekatan	37
1. Teknik Penelitian.....	37
2. Pendekatan Penelitian	38
C. Tempat Dan Waktu Penelitian	38
1. Tempat Penelitian.....	38
2. Waktu Penelitian	39
D. Populasi dan Sampel	39
1. Populasi Penelitian	39
2. Sampel Penelitian	39
E. Instrumen Penelitian.....	41
1. Pengertian Instrumen.....	41
2. Validasi Instrumen.....	43
F. Teknik Pengumpulan Data	46
1. Sumber Data dan Tahap Pengumpulan data.....	46
G. Teknik Analisis Data.....	49
1. Uji Asumsi Klasik	49
2. Uji Regresi Linear Berganda	51
3. Koefisien Determinasi (R^2)	52
4. Uji Hipotesis	53

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	55
1. Profil Usaha.....	55
2. Sejarah Usaha.....	55
B. Karakteristik Responden	56
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	56
2. Deskripsi Responden Berdasarkan usia	57

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir	57
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan....	58
C. Deskripsi Data Variabel	59
1. Deskripsi Data Variabel Terikat	59
2. Deskripsi Data Variabel Bebas	62
D. Analisa Data.....	71
1. Uji Asumsi Klasik.....	72
2. Uji Regresi Linear Berganda	75
3. Analisis Koefisien Determinasi	77
4. Uji Hipotesis	78
E. Pembahasan	81
BAB V : SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	87
B. Saran.....	88
Daftar Pustaka	90
Lampiran-lampiran.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel		halaman
Tabel 1.1	: Data Penjualan 5 tahun terakhir	2
Tabel 2.1	: Kajian Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1	: Skala Penilaian Instrumen Penelitian	43
Tabel 3.2	: Instrumen Penelitian	43
Tabel 3.3	: Hasil Uji Validitas	45
Tabel 3.4	: Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.1	: Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 4.2	: Tingkat Usia Responden	58
Tabel 4.3	: Tingkat Pendidikan Responden	58
Tabel 4.4	: Pekerjaan Responden	59
Tabel 4.5	: Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	60
Tabel 4.6	: Distribusi Frekuensi Variabel <i>Store</i> <i>Atmosphere</i>	63
Tabel 4.7	: Distribusi Frekuensi Variabel Lokasi	67
Tabel 4.8	: Distribusi Frekuensi Variabel Keragaman Produk	70
Tabel 4.9	: Hasil Uji Multikolinieritas	74
Tabel 4.10	: Hasil Uji Autokorelasi	76
Tabel 4.11	: Analisis Regresi Linier Berganda	77

Tabel 4.12	: Koefisien Determinasi R^2	78
Tabel 4.13	: Hasil Uji t (Parsial)	79
Tabel 4.13	: Tabel Kesimpulan Uji t	81
Tabel 4.13	: Hasil Uji F (Simultan)	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
Gambar 2.1 : Tahap Proses Keputusan Pembelian	14
Gambar 2.2 : Kerangka Konseptual	33
Gambar 4.1 : Hasil Uji Normalitas	73
Gambar 4.2 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran halaman

Lampiran 1.	: Kuisisioner Penelitian	93
Lampiran 2.	: Rekap Data Kuisisioner	100
Lampiran 3.	: Hasil Data SPSS	106
Lampiran 4.	: Berita Acara Kemajuan Bimbingan, Surat Ijin Penelitian, dan Surat Keterangan Tempat Penelitian	115

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial sangat erat kaitannya dengan usaha bisnis. Dalam hal untuk bertahan hidup manusia harus bekerja dan melakukan aktivitas tukar menukar agar mendapatkan sandang, pangan dan papan. Saat ini orang yang melakukan suatu kegiatan berbisnis dinamakan sebagai pelaku usaha. Pelaku usaha berbisnis dengan cara membuat produk dan memasarkan suatu produk ciptaan sendiri atau menjual kembali produk yang telah ada atau telah diproduksi. Yang biasa disebut retailer atau penjual eceran.

Penjual secara ritel biasa dikenal sebagai jenis bisnis yang cenderung sering mengalami perubahan atau tidak stabil. Banyak tantangan baru yang dihadapi dalam bisnis ritel. Perkembangan bisnis ritel saat pandemic pada akhir tahun 2019 banyak bisnis ritel yang mengalami penurunan penjualan. Penjualan serta pembelian baik barang maupun jasa pada tahap akhir yang tujuannya digunakan untuk keperluan pribadi merupakan bentuk dari usaha ritel. Salah satunya yaitu toko yang menjual barang atau jasa dengan berbagai macam bentuk dan jenisnya.

Pada dasarnya usaha ritel terdiri dari dua komponen yaitu produk dan teknik dalam memperkenalkan serta menampilkan produk tersebut. Toko Indah Jaya Fotocopy dan ATK (alat tulis kantor) adalah salah satu

bentuk nyata dari usaha *retail store* karena memiliki toko sebagai tempat penjualan barang.

Terdapat berbagai jenis barang yang dijual dalam toko ritel yaitu makanan, bahan pokok, kebutuhan dan peralatan rumah tangga dan lain sebagainya. Dalam kondisi saat ini toko ritel terdampak imbas dari pandemi, salah satunya toko ritel alat tulis kantor dan jasa fotocopy. Adanya pandemi mengakibatkan sekolah dan kantor memberlakukan jadwal masuk bergilir. Hal tersebut menyebabkan toko ritel yang hanya menyediakan peralatan dan perlengkapan kantor maupun sekolah mengalami penurunan penjualan.

Tabel 1.1

Data penjualan Toko Indah Jaya Fotocopy Dan ATK lima tahun terakhir

Tahun	Data Penjualan
2017	Rp.27.500.000
2018	Rp.28.800.000
2019	Rp.22.100.000
2020	Rp.7.200.000
2021	Rp.18.000.000

Sumber: Pemilik usaha, 2022

Tabel diatas merupakan data penjualan dari Toko Indah Jaya Fotocopy dan ATK selama lima tahun terakhir. Dapat ditarik kesimpulan bahwa penjualan dari Toko Indah Jaya Fotocopy dan ATK mengalami fluktuasi. Perlunya inovasi untuk kembali meningkatkan penjualan dengan

rencana strategi pemasaran *store atmosphere*, lokasi dan keragaman produk yang mana berhubungan dengan keputusan pembelian konsumen.

Strategi pemasaran diketahui sebagai faktor keberhasilan dari suatu usaha, namun juga berkaitan dengan perilaku konsumen untuk melakukan suatu keputusan pembelian. Perilaku konsumen yang bermacam-macam dapat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen. Alasan ketertarikan konsumen hingga mengambil keputusan untuk membeli di toko tinggi kaitannya dengan bagaimana strategi pemasaran dalam *store atmosphere*, lokasi, dan keragaman produk yang disediakan toko ritel. Dengan mempelajari dan menganalisa kebiasaan dan lingkungan konsumen dapat memberikan dampak baik pada rencana pengembangan dan meningkatkan penjualan toko ritel.

Keputusan pembelian penting diperhatikan untuk melakukan perencanaan pengembangan usaha kedepannya sebagai bahan pertimbangan. Keputusan pembelian didefinisikan sebagai sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian Tjiptono (2014) Menurut Utami (2014) suatu keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu lingkungan yang mencakup keluarga, budaya dan kelompok referensi, lalu faktor pribadi secara internal mencakup faktor psikologi dan aspek pribadi.

Salah satu faktor yang berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen adalah *store atmosphere*. Lingkungan toko atau *store atmosphere* adalah bagian penting dari strategi pemasaran dalam bentuk pengaturan lingkungan toko sebagaimana konsumen agar merasa nyaman dan aman sehingga tertarik untuk membeli produk yang di jual dalam toko. Adapun pengertian menurut Peter dan Olson yang dialih bahasakan oleh Damos (2014) *store atmosphere* atau suasana toko adalah suatu karakteristik fisik yang sangat penting bagi setiap bisnis ritel hal ini berperan sebagai penciptaan suasana yang nyaman sesuai dengan keinginan konsumen dan membuat konsumen ingin berlama-lama berada di dalam toko dan secara tidak langsung merangsang konsumen untuk melakukan pembelian. Suasana toko mempengaruhi keadaan emosi konsumen yang menyebabkan atau mempengaruhi pembelian. Pernyataan tersebut didukung dengan sebuah penelitian yang telah dilakukan oleh Syahputra (2015) yang berjudul “Pengaruh *store atmosphere* ,harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian *ore premium store*” hasil penelitian menyatakan bahwa *store atmosphere* ,harga dan lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Selain suasana yang diciptakan toko, adapun faktor lokasi juga tidak kalah penting.

Lokasi atau tempat yang dijadikan untuk berusaha retail harus strategis. Toko Indah Jaya mendekati kawasan sekolah dan kawasan perkantoran sangat menjadikan Toko Indah Jaya foto copy dan ATK ini sebagai lokasi yang strategis. Strategis disini dalam artian yang dekat

dengan tempat atau kawasan yang membutuhkan jasa dan barang atau alat tulis kantor terdekat. Dengan adanya toko ritel jenis tersebut menguntungkan konsumen yang tidak ingin terlalu jauh untuk membeli barang atau jasa yang diperlukan, juga dapat menghemat waktu jika dalam keadaan mendesak. Menurut Utami (2017) bahwa lokasi merupakan faktor utama dalam pendirian toko. Lokasi dapat dikatakan strategis bila berada tengah kota, tingkat kepadatan populasi, kemudahan akses mencapainya, kelancaran arus dan lain sebagainya. Pernyataan di atas didukung dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Tobing dan Sihombing (2016) yang berjudul “Pengaruh lokasi, keragaman produk dan harga terhadap keputusan pembelian (studi pada Carrefour Citra Garden Medan)” hasil penelitian menyatakan bahwa variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel terikat namun yang paling dominan adalah variabel independen harga. Adapun faktor keragaman produk yang mendukung untuk keputusan pembelian selain *store atmosphere* dan lokasi.

Hubungan antara keragaman produk dengan keputusan pembelian konsumen menurut Kotler dan Armstrong (2018) merupakan salah satu aspek daya tarik bisnis ritel bagi konsumen yaitu keragaman barang dagangan, baik dari sisi banyaknya jenis barang yang dijual, ataupun macam-macam pilihan merek untuk setiap kategori barang yang dijual. Toko Indah Jaya menyediakan produk yang bervariasi untuk memberikan pilihan kepada pembeli saat mengunjungi toko. Produk yang disediakan juga sebisa mungkin harus lengkap. Karena jika suatu saat pembeli

mengerti jika ada barang yang lengkap disediakan dalam toko kemungkinan besar akan kembali lagi ke toko. Hal tersebut didukung dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2016) yang berjudul “Pengaruh lokasi, harga dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian di Mekar swalayan Jalan Mataram 180 Kediri” hasil penelitian menyatakan bahwa variabel independen lokasi, harga dan keragaman produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian.

Toko Indah Jaya Fotocopy dan ATK (Alat Tulis Kantor) berada di Desa Kuwik Kecamatan Kunjang Kabupaten Kediri. Seperti yang telah tertera dalam namanya, Toko Indah Jaya menyediakan jasa fotocopy, print, jilid dokumen. Toko Indah Jaya juga menjual berbagai macam alat tulis kantor dan perlengkapan sekolah lainnya secara ecer seperti perlengkapan pramuka, buku tulis, buku gambar, pena, pensil dan lainnya. Sejarah awal berdirinya Toko Indah Jaya ini berdiri pada tahun 2004 silam yang bertempat tepat di depan SMPN 2 Kunjang. Pemilik mengatakan telah mengincar peluang hal tersebut sejak sebelum pindah domisili ke daerah tersebut. Dirasa modalnya cukup, lalu beliau bertekad mendirikan Toko dengan membeli mesin foto copy dan tanah berukuran kecil dengan bangunan yang rapuh untuk memulai usahanya. Seiring berjalannya waktu Toko sudah mulai dirasa cukup sempit, lalu beliau membeli tanah lagi disebelahnya dengan membat sawah dan membangun bangunan Toko dan rumah di atasnya.

Sejak tahun 2008 sampai sekarang Toko Indah Jaya Foto copy dan alat tulis kantor ini berdiri tegak ditempat yang strategis di depan sekolah menengah pertama di Desa Kuwik. Dan sejauh ini hanya ada dua pesaing usaha dibidang sejenis dalam radius sekitar satu kilometer ke arah barat dan tiga kilometer ke arah timur. Toko Indah Jaya mengembangkan varian produk yang di jual yaitu dengan menjual masker dan penghubung masker karena sangat marak dicari saat kebutuhan mendadak dalam rangka pencegahan tertular *Coronavirus19* yang sedang terjadi sejak tahun 2019 silam. Seperti yang kita tahu bahwa pandemi ini sangat berdampak pada usaha dibidang ini dan sejenisnya. Karena sangat bergantung pada kegiatan sekolah dan perkantoran. Pada awal tahun 2020 Toko ini mengalami penurunan penjualan atau fluktuasi yang cukup signifikan. Hal tersebut menjadi salah satu alasan mengapa penelitian menjadikan Toko Indah Jaya sebagai objek penelitian ini.

Persaingan pasar saat ini tidak hanya menyediakan jasa foto copy dan penyediaan ATK, ada beberapa konsumen dengan permintaan untuk pemenuhan kebutuhannya saat mendesak. Namun tidak semua permintaan terpenuhi karena keterbatasan suasana tempat dan kelengkapan jenis barang lain yang dijual selain ATK dalam toko. Hal ini mampu mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian berkelanjutan.

Faktor umum kendala saat menjalankan bisnis usaha jasa fotocopy, yaitu tidak adanya variasi barang dagangan, sehingga pengunjung tidak

terpancing agar membeli barang yang tidak terduga. Adapun kendala atmosfer toko dalam mendirikan usahanya dalam memberikan tempat tunggu yang kurang optimal. Jika penempatan suatu usaha fotocopy terletak di tempat yang disekitarnya tidak terlalu membutuhkan jasa tersebut akan menyebabkan usaha sepi. Dengan berbagai macam kendala yang sudah disebutkan, maka usaha fotocopy membutuhkan strategi yang tepat dalam menjalankan dan mengembangkan usaha tersebut agar penjualan kembali meningkat dan stabil.

Dapat dikatakan bahwa dalam berbisnis apapun harus mengenali konsumen sebagai *success key* dari strategi pemasaran yang dijalankan perusahaan. Dari beberapa jurnal atau artikel yang menjadi referensi terjadi perbedaan hasil penelitian tentang variabel independen yang tidak berpengaruh dan berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Djohansjah dan Pratomo (2017) yang berjudul “Analisa pengaruh *store atmosphere*, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Caturra” bahwa faktor kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian namun *store atmosphere* dan kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun pada penelitian milik Mardhikasari (2014) dengan judul “Pengaruh *store atmosphere*, lokasi toko, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen Mirota Kampus” bahwa seluruh variabel independen yaitu *store atmosphere*, lokasi toko, dan keragaman produk berpengaruh signifikan

terhadap keputusan pembelian dengan variabel lokasi yang paling dominan lalu *store atmosphere* selanjutnya keragaman produk.

Maka dari itu menurut peneliti perlu adanya penelitian untuk mengetahui **Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Indah Jaya Foto Copy dan ATK.**

B. Identifikasi masalah

1. Beberapa konsumen dengan permintaan untuk pemenuhan kebutuhannya saat mendesak. Namun tidak semua permintaan terpenuhi karena keterbatasan suasana, tempat dan kelengkapan jenis barang lain yang dijual selain ATK dalam toko.
2. Kompetisi dengan pesaing terkait dengan, lokasi toko yang paling diminati karena dekat dalam lingkungan masyarakat.
3. Tidak adanya variasi barang dagangan, sehingga pengunjung tidak terpancing agar membeli barang yang tidak terduga.
4. Pelaku bisnis mengalami kerugian menjalankan bisnisnya karena kurang optimal dalam menerapkan strategi pemasaran tersebut yang membuat toko sepi pengunjung karena tidak cukup menarik bagi konsumen agar melakukan keputusan pembelian.

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi

variabelnya. Oleh sebab itu, penulis membatasi diri hanya berkaitan dengan strategi pemasaran tentang *store atmosphere*, lokasi, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Indah Jaya Foto copy dan ATK.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Indah Jaya Foto copy dan ATK?
2. Apakah ada pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Indah Jaya Foto copy dan ATK?
3. Apakah ada pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Indah Jaya Foto copy dan ATK?
4. Apakah ada pengaruh *store atmosphere*, lokasi, dan keragaman produk secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Indah Jaya Foto copy dan ATK?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Indah Jaya secara parsial.
2. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Indah Jaya secara parsial.

3. Untuk menganalisis pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Indah Jaya secara parsial.
4. Untuk menganalisis pengaruh *store atmosphere*, lokasi, dan keragaman produk secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Indah Jaya Fotocopy dan ATK.

F. Manfaat penelitian

Manfaat yang didapat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Merupakan kesempatan untuk menerapkan teori yang telah dipelajari selama masa perkuliahan dan diimplementasikan di kehidupan nyata yang tentunya dapat menambah wawasan mengenai strategi pemasaran tentang *store atmosphere*, lokasi, keragaman produk dan perilaku konsumen keputusan pembelian.

b. Bagi Pembaca

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan penelitian lebih lanjut dan berguna bagi mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri dalam bidang strategi pemasaran tentang pengaruh *store atmosphere*, lokasi, keragaman produk dan perilaku konsumen keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan untuk penerapan strategi pemasaran *store atmosphere*, lokasi, dan keragaman produk dan dapat memahami perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen agar lebih efektif dan efisien untuk kedepannya di Toko Indah Jaya Fotocopy dan ATK.

Daftar Pustaka

- Alfiyah, S. 2017. “Pengaruh atmosfer toko, display toko, dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada toko samu pace.” *Artikel Skripsi Simki-Economic*. (online), tersedia: simki.unpkediri.ac.id, diunduh 2 april 2022
- Alma, B. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. 12 ed. Bandung: Alfabeta.
- Amin, M.M. 2014. *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: Aswajawa Presindo.
- Angger, P.S dan Rubiyanti, N. 2015. “Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Jigoku Ramen Bandung.” *eProceedings of Management* 2(1):764–69. (online), tersedia: https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/100011/jurnal_eproc/pengaruh-store-atmosphere-terhadap-minat-pembelian-ulang-pada-jigoku-ramen-bandung.pdf, diunduh 2 april 2022
- Arikunto, S. 2019. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Djohansjah, C dan Cornelius V.P. 2017. “Analisa Pengaruh store atmosphere ,kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Caturra Espresso.” *Perhotelan dan Manajemen Jasa* 5(2). (online), tersedia: <https://www.neliti.com/publications/84420/analisa-pengaruh-store-atmosphere-kualitas-produk-dan-kualitas-layanan-terhadap>, diunduh 3 april 2022
- Foster dan Bob. 2016. *Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product “Amidis” (Case Study on Bintang Trading Company)*”. Vol.2. American Research Journal of Humanities and Social Sciences (ARJHSS).

- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. 8 ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, R dan Astari, S. 2019. “Pengaruh atmosfer toko, lokasi dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada planet ban margonda raya,depok.” *Ilmu Manajemen* 15(1):17–29. doi: <http://dx.doi.org/10.47313/oikonamia.v15i1.641>.
- Kotler dan Armstrong. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 13 ed. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2018. *Principles of Marketing*. 17 ed. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Lasdiana, W.I. 2017. “Pengaruh store atmosphere, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko buku gramedia jember.” Universitas Muhammadiyah Jember. (Online), tersedia: <https://eprints.uny.ac.id/id/eprint/17202>, diunduh 3 april 2022
- Lestari, A. 2016. “Pengaruh lokasi,harga dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian di Mekar swalayan Jalan Mataram 180 Kediri.” *Simki-Economic*. (Online), tersedia: simki.unpkediri.ac.id, diunduh 3 april 2022
- Lutfi, S dan Jesi I. 2017. “Pengaruh store atmosphere, lokasi, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum pasiran lumajang.” *Ilmu Manajemen Advantage* 1(1). doi: <https://doi.org/10.30741/adv.v1i1.17>.
- Mardhikasari, T.E. 2014. “Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Toko, dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen Mirota Kampus.” Universitas Negeri Yogyakarta. (Online), tersedia: <https://eprints.uny.ac.id/id/eprint/17202>, diunduh 7 april 2022

- Peter, J.P dan Jerry, C.O. 2014. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. diedit oleh S. Damos. Jakarta: Erlangga.
- Ratih H. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 25 ed. Bandung: Alfabeta, Cv.
- _____. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Syahputra, D.E. 2015. "Pengaruh store atmosphere ,harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian ore premium store." *Ilmu dan Riset Manajemen* 4(11).
(Online), tersedia: <https://jurnalmahasiswa/stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3164>, diunduh 3 april 2022
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. 2015. *Strategi Pemasaran*. 4 ed. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tobing, F.M dan Dionisius S. 2016. "Pengaruh lokasi, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian." *Plans Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis* 11(6). doi: <https://doi.org/10.24114/plans.v11i2.9610>.
- Utami, C.W. 2014. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. kedua. Jakarta: Salemba empat.
- _____. 2017. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba empat.

