

**PENGARUH CITRA MEREK, PENGABSAHAN, DAN ATMOSFER  
TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO  
DISTRIBUTOR COSMIC SURABAYA**



Oleh :

**LUTFI ILMANUDIN**

**NPM: 12.1.02.05635**

**Program Studi: Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)**

**SURABAYA**

**2016**

**PENGARUH CITRA MEREK, PENGABSAHAN, DAN ATMOSFER  
TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO  
DISTRIBUTOR COSMIC SURABAYA**



**Oleh :**

**LUTFI ILMANUDIN**

**NPM: 12.1.02.05635**

**Program Studi: Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)**

**SURABAYA**

**2016**

**PENGARUH CITRA MEREK, PENGABSAHAN, DAN ATMOSFER  
TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO  
DISTRIBUTOR COSMIC SURABAYA**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi: Manajemen  
Konsentrasi: Manajemen Pemasaran**

**Oleh:**

**LUTFI ILMANUDIN**

**NPM: 12.1.02.05635**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA) SURABAYA  
2016**

**PENGARUH CITRA MEREK, PENGABSAHAN, DAN ATMOSFER  
TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
TOKO DISTRIBUTOR COSMIC SURABAYA**

**Dipersiapkan dan disusun oleh :**

**LUTFI ILMANUDIN  
NPM: 12.1.02.05635**

**Telah Dipertahankan Didepan Tim Penguji  
Pada Tanggal 01 Oktober 2016**

**Susunan Tim Penguji :**

**Ketua : Dr. Ir. R. Budhi Satrio, M.M.**

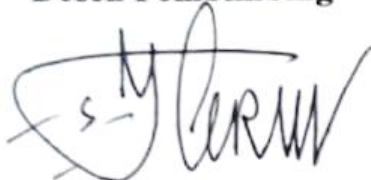
**Anggota : 1. Dr. Nur Laily, M.Si.**

**2. Dr. Heru Suprihhadi, M.S., C.P.M.**

**Dinyatakan memenuhi syarat dan diterima**

**Oleh:**

**Dosen Pembimbing**



**Dr. Heru Suprihhadi, M.S., C.P.M.**

**Ketua Program Studi S1 Manajemen**



**Dr. Trionowati, M.Si.**

**Ketua STIESIA**



**Dr. Akhmad Riduwan, S.E., M.S.A., Ak., CA.**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : LUTFI ILMANUDIN

NPM : 12.1.02.05585

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **PENGARUH CITRA MEREK, PENGABSAHAN, DAN ATMOSFER TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO DISTRIBUTOR COSMIC SURABAYA**

dan dimajukan untuk diuji pada tanggal 01 Oktober 2016, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 01 Oktober 2016

Yang membuat pernyataan,



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. MAHASISWA

Nama : Lutfi Ilmanudin  
NPM : 12.1.02.05  
Program Studi : Manajemen  
Tempat/Tanggal Lahir : Blitar, 08 Juni 1992  
Agama : Islam  
Jumlah Saudara/Anak ke : 2 (Dua) / 1 (Satu)  
Alamat Rumah : Jl Pacar Keling XI/30  
Status : Belum Menikah

### B. ORANG TUA

Nama : Ngadiyan  
Alamat Rumah/Telepon : Jl. Pacar Keling XI/30 / 081330786663  
Alamat Kantor/Telepon : -  
Pekerjaan/Jabatan : Wiraswasta

### C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN Pacar Kembang V Surabaya tahun 2004
2. Tamat SLTP di SMP Negeri 37 Surabaya tahun 2007.
3. Tamat SLTA di SMA Negeri 3 Surabaya tahun 2010.
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-VIII	2012-2016	-

### D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

Lutfi Ilmanudin

## **KATA PENGANTAR**

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas hidayat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, PENGABSAHAN, DAN ATMOSFER TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO DISTRIBUTOR COSMIC SURABAYA”** dengan baik.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Akhmad Riduwan, S.E., M.S.A., Ak., CA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dra. Trionowati, M.S.i selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, serta selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya dalam membimbing dan memberi petunjuk yang bermanfaat untuk terselesaikannya
3. Bapak Dr. Heru Suprihhadi, M.S., C.P.M selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya dalam membimbing dan memberi petunjuk yang bermanfaat untuk terselesaikannya skripsi ini.

4. Ibu Siti Rokhmi Fuadati Dra. M.Si. selaku dosen wali yang telah banyak membantu dalam memberikan pengarahan pada setiap perwalian berlangsung.
5. Bapak dan Ibu dosen, serta para staf STIESIA Surabaya yang telah memberikan banyak bekal ilmu dan teladan yang berarti selama kegiatan perkuliahan berlangsung.
6. Kepada kedua orang tua saya yaitu Ngadiyan dan Triwati yang selama ini selalu memberikan bantuan kepada saya dalam menempuh pendidikan baik secara moril maupun materil.
7. Manajer dan staf *distribution outlet* Cosmic Surabaya yang memberikan ijin riset serta bantuan dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat tercinta yang selalu memberikan ide, motivasi, doa serta bantuan hingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
9. Seluruh kawan-kawan SM-6 tercinta yang bersama-sama berjuang dalam penyelesaian perkuliahan selama ini serta yang telah memberikan dukungan serta doa pada saya dalam penyelesaian penelitian ini.
10. Kawan-kawan Hima Manajemen STIESIA Surabaya yang telah bersama-sama belajar dalam berorganisasi sehingga memberikan saya banyak pengalaman, ilmu, inspirasi selama ini, dan tentunya juga memberikan doa serta motivasi kepada saya untuk penyelesaian penelitian ini



11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini saya ucapkan terima kasih.

Dalam penyusunan ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kerendahan hati pembaca untuk memberikan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan banyak manfaat dan pengetahuan bagi para pembaca, terima kasih.

Surabaya, 01 Januari 2016

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI .....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN .....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
INTISARI .....	xix
<i>ABSTRACT</i> .....	xx
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	6
<b>BAB 2 TINJAUAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Tinjauan Teoritis .....	7
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	7
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	7
2. Model Perilaku Konsumen.....	8
2.1.2 Pemasaran.....	8
2.1.3 Brand Image (Citra Merek) .....	8

1. Pengertian Brand Image (Citra Merek).....	8
2. Faktor-faktor Pembentuk Citra Merek.....	9
2.1.4 Endorsment.....	10
2.1.5 Celebrity Endorse.....	11
1. Pengertian Celebrity Endorse .....	11
2. Atribut (Performance) Endorse .....	12
2.1.6 Store Atmosphere .....	13
1. Pengertian Store Atmosphere .....	13
2. Elemen-elemen Store Atmosphere .....	14
2.1.7 Keputusan Pembelian .....	20
1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	20
2. Tingkat Keputusan Pembelian Konsumen.....	21
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	22
2.1.8 Hubungan antara variabel brand image, endorsement, store atmosphere dengan keputusan konsumen untuk membeli.....	23
2.1.9 Penelitian Terdahulu .....	25
2.2 Rerangka Konseptual .....	27
2.3 Perumusan Hipotesis .....	28

### **BAB 3 METODA PENELITIAN**

3.1 Jenis Penelitian, Gambaran dari Populasi Penelitian ....	29
3.1.1 Jenis Penelitian .....	29

3.1.2 Gambaran Dari Populasi Penelitian .....	29
3.2 Teknik Pengambilan Sampel .....	30
3.2.1 Penentuan Jumlah Sampel .....	30
3.2.2 Teknik Sampling .....	31
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.3.1 Sumber Data .....	31
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	32
3.4.1. Variabel .....	32
3.4.2. Devinisi Operasional Variabel .....	32
3.5 Teknis Analisis Data .....	37
3.5.1. Analisis Deskriptif .....	37
3.5.2. Uji Instrumen .....	38
1. Uji Validitas .....	38
2. Uji Reabilitas .....	38
3.5.3 Uji Kelayakan Model .....	39
1. Uji F .....	39
2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dan Korelasi (R) .....	40
3.5.4 Uji Asumsi Klasik .....	41
1. Uji Normalitas .....	41
2. Uji Multikolinieritas .....	42
3. Uji Heteroskedastisitas .....	42
3.5.5 Analisis Linear Berganda .....	43

3.5.6 Hipotesis Penelitian (Uji t) .....	44
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil Penelitian .....	46
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	46
1. Profil Perusahaan.....	46
2. Visi dan Misi .....	47
4.1.2. Gambaran Umum dan Subyek Penelitian .....	48
1. Karakteristik Responden Berkaitan dengan Usia	49
2. Karakteristik Responden Berkaitan dengan Jenis Kelamin .....	49
3. Karakteristik Responden Berkaitan dengan Pekerjaan .....	50
4.1.3 Deskriptif Hasil Penelitian .....	51
1. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Brand Image .....	52
2. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Endorsement .....	54
3. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Store Atmosphere .....	56
4. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Keputusan Pembelian .....	59
4.1.4 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas .....	61
1. Uji Validitas .....	61

2. Uji Reliabilitas .....	62
4.1.5 Uji Instrumen.....	63
4.1.5.1 Uji Asumsi Klasik .....	62
1. Normalitas .....	62
2. Multikolinearitas .....	65
3. Uji Heteroskedastisitas .....	65
4.1.5.2 Uji Kelayakan Model .....	66
1. Model (Uji F) .....	67
2. Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) .....	69
3. Uji Koefisien Korelasi (R) .....	69
4.1.5.3 Uji Hipotesis (Uji t).....	70
4.1.6 Analisis Linear Berganda .....	71
4.1.7 Uji Koefisien Determinasi Parsial ( $r^2$ ) .....	73
4.1 Pembahasan .....	75
1. Pengaruh Brand Image Terhadap Keoutusan Pembelian .....	75
2. Pengaruh Endorsement Terhadap Keoutusan Pembelian .....	76
3. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keoutusan Pembelian .....	77

## **BAB 5 PENUTUP**

5.1 Simpulan .....	78
5.2 Saran .....	79

JADWAL PENELITIAN .....	80
DAFTAR PUSTAKA .....	81
LAMPIRAN .....	83

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	25
2. Kelas Interval .....	38
3. Karakteristik Responden Menurut Usia .....	50
4. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	51
5. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan .....	52
6. Kelas Interval.....	53
7. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Brand Image.....	55
8. Distribusi Frekuensi Berdasarkan <i>Endorsement</i> .....	57
9. Distribusi Frekuensi Berdasarkan <i>Store Atmosphere</i> .....	59
10. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Keputusan Pembelian .....	62
11. Hasil Uji Validitas .....	64
12. Hasil Uji Reliabilitas.....	65
13. Hasil Uji F .....	66
14. Koefisien korelasi .....	67
15. Hasil Uji Normalitas.....	68
16. Hasil Uji Multikolinieritas.....	70
17. Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	72
18. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial (R <sup>2</sup> ) .....	74
19. Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian.....	76



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Elemen <i>Store Atmosphere</i> .....	14
2. Rerangka	
3. Pemikiran.....	28
4. Model Konseptual .....	29
5. Grafik Uji Normalitas .....	69

## **DAFTAR LAMPIRAN**

### Lampiran

1. Kuesioner
2. Tabulasi Frekuensi Data
3. Frequency Table
4. Uji Validitas dan Reliabilitas
5. Hasil Regresi
6. Hasil Grafik Normal Plot
7. Hasil Grafik Scatterplot
8. Surat Pengantar ke Dosen Pembimbing
9. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
10. Surat Ijin Riset dari STIESIA
11. Surat Keterangan Selesai Riset
12. Sertifikat Seminar Hasil Penelitian