

**PENGARUH SUASANA TOKO, LOKASI, DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA KONSUMEN  
DISTRO MAGNESIUM 137 STORE KOTA BLITAR**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Manajemen



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2024**

## **LEMBAR PERSETUJUAN**

### **SKRIPSI**

#### **PENGARUH SUASANA TOKO, LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA KONSUMEN DISTRO MAGNESIUM 137 STORE KOTA BLITAR**

Oleh :

**Alven Zafri Zam Zam**

**201810160311253**

Malang, 18 Oktober 2023

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I,



Dr. Eko Hardayanto, Drs. M.M  
NIDN : 0023056801

Pembimbing II,



Dr. Erna Retna Rahadjeng, M.M  
NIDN : 0729016402

**SKRIPSI**

**PENGARUH SUASANA TOKO, LOKASI, DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG  
PADA KONSUMEN DISTRO MAGNESIUM 137 STORE KOTA BLITAR**

Oleh:

**Alven Zafri Zam Zam**

**201810160311253**

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 05 Januari 2024

Pembimbing I,

**Dr. Eko Handayanto, M.M.**

Pembimbing II,

**Dr. Erna Retna Rahadjeng, M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ketua Jurusan,



**Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.**

**Dr. Nurul Asfiah, M.M.**

# LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

## PENGARUH SUASANA TOKO, LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG

### PADA KONSUMEN DISTRO MAGNESIUM 137 STORE KOTA BLITAR

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Alven Zafri Zam Zam

NIM : 201810160311253

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 05 Januari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Pengaji:

Penguji I : Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.

Penguji II : Ardiq Praharjo, S.AB., M.AB.

Penguji III : Dr. Erna Retna Rahadjeng, M.M.

Penguji IV : Dr. Eko Handayanto, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,

Dr. Nurul Asfiah, M.M.



## PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Alven Zafri Zam Zam  
NIM : 201810160311253  
Program Studi : Manajemen  
Surel : [alvenzafri.az@gmail.com](mailto:alvenzafri.az@gmail.com)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 25Desember 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Alven Zafri Zam Zam

# **THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, LOCATION, AND PROMOTIONS ON REPURCHASE DECISIONS OF CONSUMERS OF THE MAGNESIUM 137 STORE DISTRO BLITAR CITY**

**Alven Zafri Zam Zam**

Department of Management, FEB UMM

Email : [alvenzarfri.az@gmail.com](mailto:alvenzarfri.az@gmail.com)

## **ABSTRACT**

*The problem at the Magnesium 137 Store Distro in Blitar City is the decline in sales that occurred from 2020 to 2021. The phenomenon that occurs is that most consumers state that the store layout still seems messy, the parking area is narrow because it is on the side of the main road, and promotions are given, which is still lacking. The aim of this research is to determine the influence of store atmosphere, location and promotions on repeat purchase decisions at Distro Magnesium 137. The type of research used is explanatory research with a quantitative approach. The number of samples used 100 respondents. Respondents in this study were consumers who had made transactions or purchased products at a distro store at least once during the last 3 years at the Magnesium 137 Store Distro, Blitar City. The data source in this research was obtained from distributing questionnaires (primary data). The data analysis technique uses multiple linear regression analysis using IBM SPSS Statistics version 25 software. The results of the research show that store atmosphere, location and promotions, both partially and simultaneously, have a positive and significant effect on repurchase decisions at the Magnesium 137 Store Distro, Blitar City*

**Keywords :** *store atmosphere, location, promotion, repurchase decision*

**PENGARUH SUASANA TOKO, LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA KONSUMEN DISTRO  
MAGNESIUM 137 STORE KOTA BLITAR**

**Alven Zafri Zam Zam**  
Program Studi Manajemen, FEB UMM  
*Email : [alvenzarfri.az@gmail.com](mailto:alvenzarfri.az@gmail.com)*

**ABSTRAK**

Permasalahan yang ada di Distro Magnesium 137 Store Kota Blitar yakni penurunan penjualan yang terjadi pada tahun 2020 sampai 2021. Fenomena yang terjadi bahwa sebagian besar konsumen menyatakan jika penataan toko masih terkesan berantakan, area parkir yang sempit karena berada di pinggir jalan raya, dan pemberian promosi yang masih kurang. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh suasana toko, lokasi, dan promosi terhadap keputusan pembelian ulang di Distro Magnesium 137. Jenis penelitian yang digunakan adalah *exploratory research* dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel menggunakan 100 responden. Responden pada penelitian ini merupakan konsumen yang pernah melakukan transaksi atau membeli produk pada store distro minimal satu kali selama 3 tahun terakhir terakhir di Distro Magnesium 137 Store Kota Blitar. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuisioner (data primer). Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistics versi 25*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa suasana toko, lokasi, dan promosi baik secara parsial maupun simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang pada Distro Magnesium 137 Store Kota Blitar.

**Kata Kunci :** *suasana toko, lokasi, promosi, keputusan pembelian ulang*

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirahmanirrahim*

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Suasana Toko, Lokasi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Konsumen Distro Magnesium 137 Store Kota Blitar” ini sesuai waktu yang telah ditentukan. Shalawat serta salam tetap tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membawa ajaran tauhid dan keutamaan budi pekerti.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Idah Zuhroh., M. M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Dr. Nurul Asfiah M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menempuh perkuliahan di Jurusan Manajemen.
3. Dr. Eko Hardayanto, Drs. M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu bimbingan serta dorongan sekaligus dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Erna Retna Rahadjeng, M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, bimbingan, arahan dan juga dorongan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr. Mursidi, M.M selaku dosen wali Manajemen E Angkatan 2018 yang memberikan motivasi selama semester1 perkuliahan hingga semester akhir.
6. Bapak Supriyono dan Ibu Lilik Nur Laili selaku orang tua, dan seluruh keluarga yang telah berkolaborasi dengan mantap untuk mendukung serta memotivasi selama masa perkuliahan ini.

7. Bapak Bayu Krisna selaku pemilik Distro Magnesium 137 Store Kota Blitar yang telah mengijinkan untuk melakukan penelitian ini.
8. Para sahabat terbaik dan seluruh kawan-kawan yang selalu ada dan setia mendengarkan keluh kesah serta mendukung untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman bimbingan yang telah berjuang bersama membantu saya dalam menempuh Sarjana Manajemen dari semester 1 hingga akhir
10. Seluruh rekan seperjuangan 2018, terkhusus Manajemen E yang telah menemani hingga memberikan kenangan selama perkuliahan ini.

Kepada mereka semua hanya ungkapan terima kasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semuanya aamiin. Akhirnya dengan segala keterbatasan dan kekurangannya, peneliti persembahkan karya tulis ini. Peneliti menyadari bahwa masih jauh dari sempurna. Semoga apa yang disajikan dalam karya tulis ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Malang, 25 Desember 2023  
Penyusun,

Alven Zafri Zam Zam  
201810160311253

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACT .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. LATAR BELAKANG .....	1
B. RUMUSAN MASALAH .....	9
C. TUJUAN PENELITIAN .....	10
D. MANFAAT PENELITIAN.....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>12</b>
A. PENELITIAN TERDAHULU .....	12
B. LANDASAN TEORI .....	17
C. KERANGKA PIKIR .....	27
D. HIPOTESIS .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
A. LOKASI PENELITIAN .....	33
B. JENIS PENELITIAN .....	33
C. POPULASI, SAMPEL DAN TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL .....	34
D. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL .....	35
E. JENIS DAN SUMBER DATA .....	37
F. TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	39
G. TEKNIK PENGUKURAN DATA .....	40
H. UJI INSTRUMEN PENELITIAN .....	40
I. TEKNIK ANALISIS DATA.....	42
1. Uji Asumsi Klasik .....	43
2. Uji Hipotesis.....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
A. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	48

B.	GAMBARAN UMUM RESPONDEN .....	51
C.	KARAKTERISTIK TANGGAPAN RESPONDEN .....	53
D.	UJI INSTRUMEN PENELITIAN .....	57
E.	TEKNIK ANALISIS DATA.....	63
F.	PEMBAHASAN .....	72
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>87</b>
A.	KESIMPULAN .....	87
B.	SARAN .....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>90</b>	
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>93</b>	
	LAMPIRAN 1 : Kuisioner Penelitian .....	93
	LAMPIRAN 2 : Hasil Kuisioner.....	97
	LAMPIRAN 3 : Uji Validitas .....	107
	LAMPIRAN 4 : Uji Reliabilitas.....	109
	LAMPIRAN 5 : Analisis Regresi Linier Berganda.....	110
	LAMPIRAN 6 : Uji Asumsi Klasik (Normalitas, Multikolinearitas, Heteroskedastisitas).....	110
	LAMPIRAN 7 : Uji Hipotesis (Uji t, Uji F, dan Uji Koefisien Determinasi). 112	
	LAMPIRAN 8 : Tabel t, Tabel F, dan Tabel R .....	113

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2. 1</b> Kerangka Pemikiran.....	27
<b>Gambar 4. 1</b> Logo Distro Magnesium 137.....	49
<b>Gambar 4. 2</b> Struktur Organisasi Distro Magnesium 137 .....	50



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1</b> Penelitian Terdahulu.....	12
<b>Tabel 3. 1</b> Definisi Operasional Variabel dan Indikator.....	36
<b>Tabel 3. 2</b> Skala Likert .....	40
<b>Tabel 4. 1</b> Karakteristik Responden.....	51
<b>Tabel 4. 2</b> Tanggapan Responden terhadap Suasana Toko (X1).....	54
<b>Tabel 4. 3</b> Tanggapan Responden terhadap Lokasi (X2) .....	55
<b>Tabel 4. 4</b> Tanggapan Responden terhadap Promosi (X2).....	56
<b>Tabel 4. 5</b> Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Y) ...	57
<b>Tabel 4. 6</b> Uji Validitas Variabel Suasana Toko (X1).....	58
<b>Tabel 4. 7</b> Uji Validitas Variabel Lokasi (X2) .....	59
<b>Tabel 4. 8</b> Uji Validitas Variabel Promosi (X3).....	60
<b>Tabel 4. 9</b> Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Ulang (Y) .....	61
<b>Tabel 4. 10</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	62
<b>Tabel 4. 11</b> Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	63
<b>Tabel 4. 12</b> Hasil Uji Normalitas Data .....	66
<b>Tabel 4. 13</b> Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
<b>Tabel 4. 14</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	68
<b>Tabel 4. 15</b> Hasil Uji Parsial.....	69
<b>Tabel 4. 16</b> Hasil Uji Simultan .....	71
<b>Tabel 4. 17</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	72

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aisyah, Sitti. Eliza, Sarah. Dkk. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Nimshop Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bahrudin, Udin & Ramadhan, Guruh. (2020). Pengaruh Suasana Toko dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ramayana Departemen Store di Kota Serang. *Indonesian Multidiscipline of Social Journal*
- Denny, Supriyatno. (2015). *Jurnal Ilmu dan Riset Pemasaran: "Pengaruh Store Atmosphere, Harga dan Lokasi Terhadap Motivasi Beli Konsumen Oleh Premium Store"*. Vol: 4 Nomor:11 : November 2015.
- Tjiptono, Fandy. (2011), *Strategi Pemasaran*, EdisiTerbaru. Yogyakarta : Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. (2017), *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta : Andi Offset
- Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S. (2019). Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil. *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*
- Ghanimata, Fifyanita (2012), Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Juwana Erlina Semarang, Universitas Diponogoro, Semarang
- Hawkins, & Mothersbaugh. (2013). *Consumer Behaviour: Building Marketing Strategy*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Himawan Listya Nugraha, (2023). Aprindo Proyeksikan Kinerja Pertumbuhan Ritel Modern Akan Tumbuh Hingga 4,2%” 31 Desember, [Online]. Available: <http://www.bisnis.com>
- Karwinata, & Marzuqi. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Baju di Toko Distro Enow Custom Kabupaten Slragen. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora*
- Kotler, P and Armstrong, G. (2018). *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Terjemahan: Jusuf, D. I. Yogyakarta: Andi Offset
- Kurniawan, Arif. & Ratnawili. (2020). Pengaruh Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Kota Bengkulu (Studi Kasus di Toko Pakaian Dhamasraya)
- Kurniawan, D., & Kunto, Y. S. (2013). Pengaruh Promosi dan Store atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel

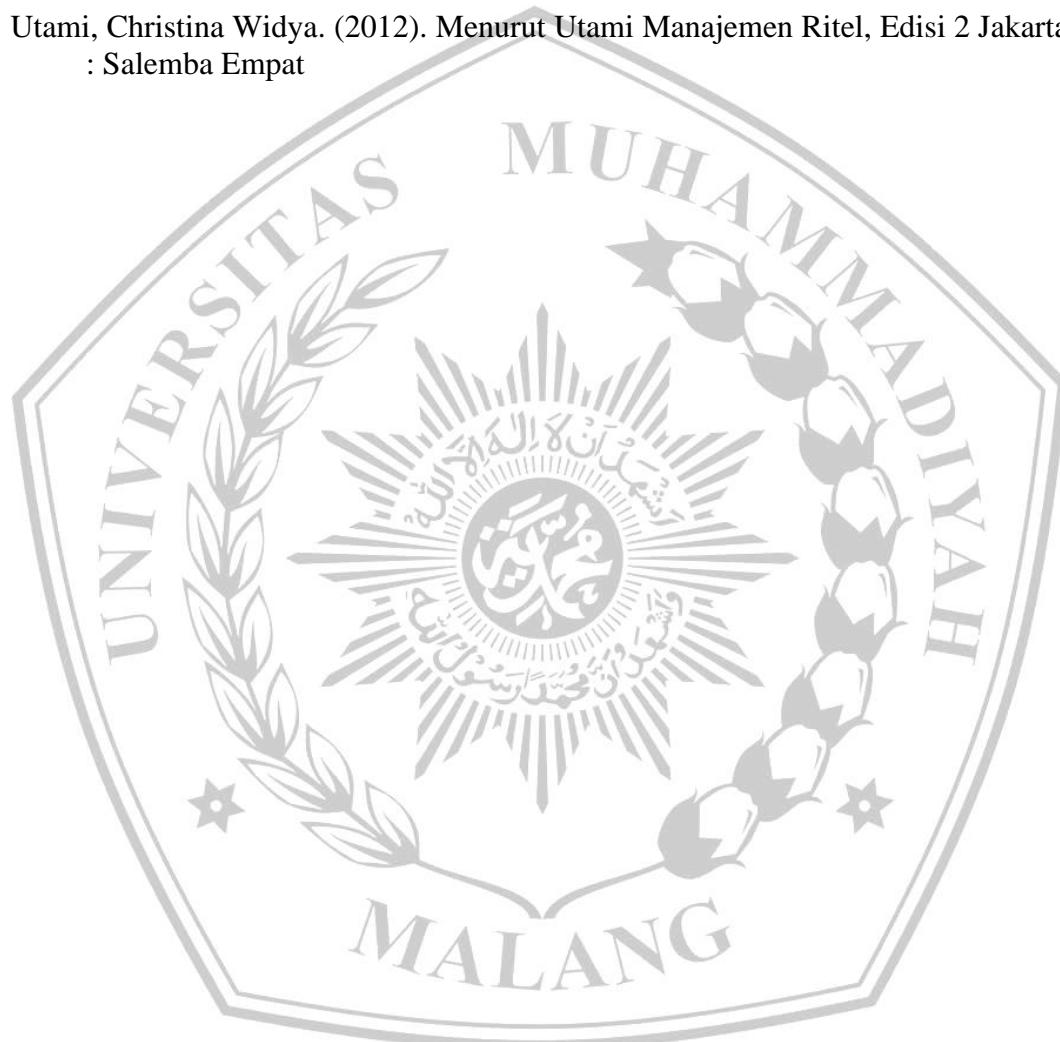
- Intervening Studi Kasus Di Matahari Departement Store Cabang Supermall Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1 No. 2, 1-8.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2012). Retailing Management Information Center. New York: McGraw Hill Higher Education.
- Lupiyoadi, (2012), Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik, Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, (2012), Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik, Jakarta: Salemba Empat.
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). Marketing Research: An Applied Approach. Harlow: Pearson Education Limited.
- Nababan, & Jubaedi. (2019). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Club di Kota Bogor.
- Novianti, Shinta Bela O. dkk (2022). Pengaruh Harga, Atribut Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Delvation Store di Surabaya.
- Oktaviana, F. (2021). Pengaruh Suasana Toko dan Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di FZ Shopee Royal Plaza Surabaya. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN),
- Oktaviana, F. S. (2021). Pengaruh Suasana Toko Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Fz Shopee Royal Plaza Surabaya. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn), 9(1), 1174-1180.
- Pangestu, Jati. (2017). Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, Kepuasan Pelanggan dan Customer Retention (Studi pada Distro Inspired27 Malang. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya
- Prayugo, R., & Edwar, M. (2016). "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sentra Pedagang Kaki Lima: Studi Pada Sentra PKL Babat Jerawat, PakalSurabaya". Jurnal Pendidikan Tata Niaga, 4(3).
- Purnama, (2011). Pengaruh Suasana Toko Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Swalayan Jadi Baru Di Kebumen, Segmen Manajemen
- Rahman, S. (2016). Pengaruh Harga dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian pada Sheila Collection, JL. Bungkal Kec. Sambikerep Surabaya. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)
- Rahman, Syaiful. & Parjono. (2016). Pengaruh Harga dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian pada Sheila Collection, Jl Bungkal Kec Sambikerep Surabaya

Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). Consumer Behaviour (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hal

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.

Supardi, S., & Maryanto, M. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian. Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan

Utami, Christina Widya. (2012). Menurut Utami Manajemen Ritel, Edisi 2 Jakarta : Salemba Empat



# PENGARUH SUASANA TOKO, LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA KONSUMEN DISTRO MAGNESIUM 137 STORE KOTA BLITAR

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES

1	adoc.pub Internet Source	5%
2	eprints.umm.ac.id Internet Source	2%
3	Submitted to Ajou University Graduate School Student Paper	2%

Exclude quotes      On  
Exclude bibliography      Off

Exclude matches      < 2%