



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *STORE ATMOSPHERE*,  
DAN *DISCOUNT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
DISTRO HOUSE OF SMITH**

(Studi Kasus Pada Konsumen Distro House of Smith Semarang)

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata I

Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Akbar Hanafitrah

NIM : 14020213120054

DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG

2017

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Akbar Hanafitrah  
NIM : 14020213120054  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Departemen : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

**Pengaruh Kualitas Produk, *Store Atmosphere*, *Discount***

**Terhadap Keputusan Pembelian**

**(Studi Kasus: Konsumen Distro House of Smith Semarang)**

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil jiplakan karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

**HALAMAN PENGESAHAN**

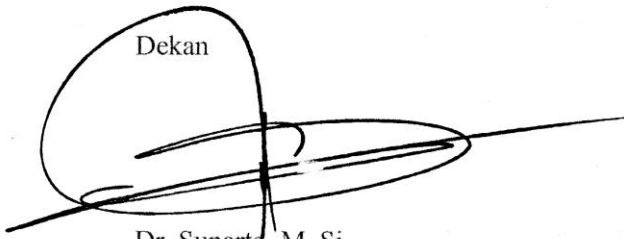
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, *Store Atmosphere*, *Discount* Terhadap  
Keputusan Pembelian  
(Studi Kasus: Konsumen Distro House of Smith)

Nama Penyusun : Akbar Hanafitrah  
NIM : 14020213120054  
Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1

Semarang, Desember 2017

Dekan



Dr. Sunarto, M. Si

NIP 19660727.199203.1.001

Wakil Dekan I



Dr. Hedi Budjo Santoso, M.Si

NIP 19610510.198902.1.002

**Dosen Pembimbing:**

Dr. Widiartanto, S.Sos.,MAB



**Dosen Penguji:**

Dra. Rodhiyah, SU

Dr. Dra. Ari Pradhanawati, MS

Dr. Widiartanto, S.Sos.,MAB



## HALAMAN MOTTO

*Man jadda wa jada  
Barang siapa bersungguh-sungguh maka dia akan berhasil*

*Bebek Berjalan Berbondong-bondong, Akan Tetapi Burung Elang  
Terbang Sendirian. – Ir. Soekarno*

*Dunia itu seluas langkah kaki. Jelajahilah dan jangan pernah takut  
melangkah. Hanya dengan itu kita bisa mengerti kehidupan dan menyatu  
dengannya. – Soe Hok Gie*

*Alam Takambang Jadi Guru (Alam Berkembang Dijadikan Guru) –  
Pepatah Minang*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Puji syukur kepada Allah SWT. Penulis persembahkan skripsi ini kepada :*

*Papa Syafrizal dan Mama Dewita tercinta yang telah memberikan dukungan dalam doa, motivasi, moriil maupun materiil*

*Abang Rio, Uni Thita, Abang Adi, Uni Nanda, dan Abang Dhani, tercinta yang telah memberikan dukungan dalam doa, motivasi maupun moriil.*

*Keponakanku Bilqis Asdina Ufairah dan Althafalula Vidya Bratandari tercinta yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi.*

*Bapak Dr. Widiartanto, S.Sos.,MAB dosen pembimbing skripsi yang sangat memotivasi dan sabar membimbing penulis.*

*Andiani Ken Astri Amanda yang selalu mendukung dan menemani selama pembuatan skripsi*

*Reski Adistyia, Vicki Amalihadi, Julius Parulian, Taufiq Shaleh, Listia Yuniarti yang telah meluangkan waktunya untuk membantu dalam pembuatan skripsi.*

*Teman- Teman Kontrakan Tulip, Teman- Teman Kos Laras yang telah menjadi teman yang baik selama penulis menuntut ilmu di FISIP UNDIP*

*Teman teman pengurus HMJ Administrasi Bisnis periode 2014-2015 atas pengalamannya*

*Teman-teman Administrasi Bisnis FISIP UNDIP 2013 khususnya kelas 11 terimakasih atas waktu dan kebersamaannya di masa perkuliahan*

## ABSTRAKSI

Seiring dengan perkembangan trend mode yang selalu baru, banyak dari kalangan perusahaan produksi yang bergerak dalam bidang fashion selalu timbul inisiatif untuk selalu mengikuti trend yang terbaru agar produknya laku dipasaran. Produk yang berkualitas dan mengikuti trend terbaru itu dapat menarik daya tarik konsumen untuk membeli.

Melihat kondisi persaingan bisnis ritel yang semakin ketat, setiap bisnis ritel perlu meningkatkan kekuatan yang ada dalam perusahaannya dengan cara memunculkan perbedaan atau keunikan yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan pesaing untuk dapat menarik minat membeli konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, *store atmosphere*, dan *discount* terhadap keputusan pembelian studi kasus pada konsumen House of Smith area Semarang. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Incidental sampling*. Adapun jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Data dianalisis melalui uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linier sederhana, uji t dan uji F dengan bantuan program SPSS.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, menunjukkan hasil penelitian keputusan pembelian berada pada kategori baik sebesar 4,02 persen. Variabel kualitas produk berada pada kategori baik, sebesar 3,79 persen. Variabel *store atmosphere* berada pada kategori baik, sebesar 3,83 persen, variabel *discount* berada pada kategori tinggi, sebesar 3,52 persen.

Saran dalam penelitian ini adalah perusahaan perlu meningkatkan kualitas produk terutama tentang ciri khas produk yang dinilai oleh konsumen belum dimiliki oleh House of Smith. Selain itu sebaiknya perusahaan lebih variatif dalam mendesain produk-produk nya agar konsumen tertarik dan keputusan pembelian oleh konsumen pun akan meningkat.

**Kata kunci : Kualitas produk, *store atmosphere*, *discount*, keputusan pembelian**

## ABSTRACT

Nowadays, the development of fashion trends are always updated, many of the production companies engaged in the field of fashion always arise the initiative to always follow the latest trends for products sold in the market. Quality products and follow the latest trends can attract consumer appeal to buy.

Considering the increasing competition of retail business, every retail business needs to increase the strength that exist within the company by raising the difference or uniqueness of the company compared with the competitors to be able to attract consumer buying.

The purpose of this study is to determine the effect of product quality, store atmosphere, and discounts on the purchase decision of case studies at consumers of the House of Smith area Semarang. This research type is explanatory research. Sampling technique using Incidental sampling method. The number of samples taken as many as 100 respondents. Data were analyzed through validity test, reliability test, correlation coefficient, determination coefficient, simple linear regression, t test and F test with SPSS program aid.

Based on the results of descriptive analysis, showing the results of research purchasing decisions are in good category of 4.02 percent. Product quality variable is in good category, equal to 3,79 percent. Store atmosphere variables are in good category, amounting to 3.83 percent, variable discount is in the high category, amounting to 3.52 percent.

Suggestion in this research is company need to improve product quality especially about characteristic of product assessed by consumer not yet owned by House of Smith. In addition, companies should be more varied in designing its products to attract consumers and consumer purchasing decisions will increase.

**Keywords: Product Quality, Store Atmosphere, Discount, Purchase Decision**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, atas limpahan berkat dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro. Penulis sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, *Store Atmosphere*, dan *Discount Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Konsumen Distro House of Smith Semarang)*” ini tidak dapat selesai tanpa dukungan, doa serta bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan rasa terimakasih kepada :

1. Dr. Sunarto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
2. Dr. Widiartanto, S.Sos,MAB selaku dosen pembimbing yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini, meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan senantiasa sabar memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Dra. Rodhiyah, SU selaku dosen penguji I yang telah meluangkan waktu untuk menguji serta memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
1. Dr. Dra. Ari Pradhanawati, MS selaku dosen wali sekaligus dosen penguji II yang juga telah meluangkan waktu untuk menguji serta memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Diponegoro, khususnya dosen Jurusan Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses belajar.
6. Seluruh responden yang telah bersedia membantu untuk mengisi kuesioner yang telah saya berikan.
7. Serta berbagai pihak yang telah mendukung baik secara langsung maupun tidak langsung.



Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan guna tercapainya hasil yang bermanfaat bagi banyak pihak. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat.

Semarang, Desember 2017

Akbar Hanafitrah  
14020213120054

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAKSI</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>ABSTRACT</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Tujuan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Kegunaan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5 Kerangka Teori .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.1 Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.2 Kualitas Produk.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.3 <i>Store Atmosphere</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.4 <i>Discount</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.5 Pengaruh Antar Variabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.6 Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.6 Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.7 Definisi Konseptual .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.8 Definisi Operasional .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9 Metode Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

1.9.1 Tipe Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.4 Sumber Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.5 Skala Pengukuran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.6 Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.7 Teknik Pengolahan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.8 Teknik Analisa Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.9 Pengujian Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

**BAB II GAMBARAN UMUM DISTRO HOUSE OF SMITH SEMARANG DAN IDENTITAS RESPONDEN .....****Error! Bookmark not defined.**

2.1 Sejarah Perusahaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Profil Perusahaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.1 Visi Perusahaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.2 Misi Perusahaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.3 Logo Perusahaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.4 Produk-Produk .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.5 Pemasaran House of Smith .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.6 Struktur Organisasi House of Smith .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.7 Tugas dan Wewenang.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Identifikasi Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.1 Usia Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.2 Jenis Kelamin Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.3 Status Marital Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.4 Pendidikan Terakhir Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.5 Pekerjaan Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.6 Pengeluaran Tiap Bulan Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.7 Frekuensi Pembelian Produk House of Smith .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

**BAB III PENGARUH KUALITAS PRODUK, *STORE ATMOSPHERE*, DAN *DISCOUNT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN HOUSE OF SMITH SEMARANG)**Error! Bookmark not defined.

- 3.1. Uji Validitas.....Error! Bookmark not defined.
- 3.2. Uji Reliabilitas.....Error! Bookmark not defined.
- 3.3 Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian .....Error! Bookmark not defined.
  - 3.3.1 Persepsi Responden Mengenai Variabel Keputusan PembelianError! Bookmark not defined.
  - 3.3.2 Persepsi Responden Mengenai Variabel Kualitas ProdukError! Bookmark not defined.
  - 3.3.3 Persepsi Responden Mengenai Variabel *Store Atmosphere*Error! Bookmark not defined.
  - 3.3.4 Persepsi Responden Mengenai Variabel *Discount*Error! Bookmark not defined.
- 3.4 Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan PembelianError! Bookmark not defined.
  - 3.4.1 Analisis Korelasi Kualitas Produk terhadap Keputusan PembelianError! Bookmark not defined.
  - 3.4.2 Analisis Determinasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan PembelianError! Bookmark not defined.
  - 3.4.3 Analisis Regresi Linier Sederhana Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....Error! Bookmark not defined.
  - 3.4.4 Uji t (Uji Signifikansi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian)Error! Bookmark not defined.
- 3.5 Analisis Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan PembelianError! Bookmark not defined.
  - 3.5.1 Analisis Korelasi *Store Atmosphere* terhadap Keputusan PembelianError! Bookmark not defined.
  - 3.5.2 Analisis Determinasi *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan PembelianError! Bookmark not defined.
  - 3.5.3 Analisis Regresi Linier Sederhana *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian.....Error! Bookmark not defined.
  - 3.5.4 Uji t (Uji Signifikansi *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian)Error! Bookmark not defined.
- 3.6 Analisis Pengaruh *Discount* Terhadap Keputusan PembelianError! Bookmark not defined.
  - 3.6.1 Analisis Korelasi *Discount* terhadap Keputusan PembelianError! Bookmark not defined.
  - 3.6.2 Analisis Determinasi *Discount* Terhadap Keputusan PembelianError! Bookmark not defined.
  - 3.6.3 Analisis Regresi Linier Sederhana *Discount* terhadap Keputusan PembelianError! Bookmark not defined.
  - 3.6.4 Uji t (Uji Signifikansi *Discount* terhadap Keputusan Pembelian)Error! Bookmark not defined.
- 3.7 Pengaruh Kualitas Produk, *Store Atmosphere*, dan *Discount* terhadap Keputusan Pembelian.....Error! Bookmark not defined.

3.7.1 Koefisien Korelasi Berganda .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.2 Koefisien Determinasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.4 Uji F (Uji Signifikansi Kualitas Produk, <i>Store Atmosphere</i> , dan <i>Discount</i> terhadap Keputusan Pembelian).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8 Pembahasan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1 Kesimpulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2 Saran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan House of Smith Semarang Tahun 2014 - 2016..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1. 2 Data Jumlah Pengunjung dan Jumlah Transaksi House of Smith Semarang Tahun 2015 – 2016 .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1. 3 Keluhan Konsumen *Distro* House of Smith .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1. 4 Penelitian Terdahulu .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1. 5 Matrik Variabel, Indikator, dan Daftar Pertanyaan**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1. 6 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2. 1 Usia Responden .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2. 2 Jenis Kelamin Responden .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2. 3 Status Marital Responden .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2. 4 Pendidikan Terakhir Responden .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2. 5 Pekerjaan Responden.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2. 6 Pengeluaran Tiap Bulan Responden .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2. 7 Frekuensi Pembelian Produk House of Smith Semarang**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 1 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 2 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 3 Hasil Pengujian Validitas Variabel *Store Atmosphere***Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 4 Hasil Pengujian Validitas Variabel *Discount*....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 5 Hasil Pengujian Reliabilitas.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 6 Persepsi Responden Mengenai Kemantapan Pada Sebuah Produk .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 7 Persepsi Responden Mengenai Kebiasaan Dalam Membeli Produk ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 8 Persepsi Responden Mengenai Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 9 Persepsi Responden Mengenai Melakukan Pembelian Ulang ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 10 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian..**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 11 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel Keputusan Pembelian .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 12 Persepsi Responden Mengenai Bahan Dasar Produk Yang Baik ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 13 Persepsi Responden Mengenai Daya Tahan Produk Baik**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 14 Persepsi Responden Mengenai Produk Tidak Memiliki Kecacatan .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 15 Persepsi Responden Mengenai Ciri Khas Produk Menarik**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 16 Persepsi Responden Mengenai Bentuk dan Model Produk Menarik.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 17 Kategorisasi Variabel Kualitas Poduk .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 18 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel Kualitas Poduk.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 19 Persepsi Responden Mengenai Penataan Rak dan Barang yang Menarik .....**Error! Bookmark not defined.**

- Tabel 3. 20 Persepsi Responden Mengenai Pewarnaan Dinding Toko yang Menarik .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 21 Persepsi Responden Mengenai Pencahayaan Toko yang Baik ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 22 Persepsi Responden Mengenai Toko yang Bersih**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 23 Persepsi Responden Mengenai Kesempatan untuk Mencoba Produk ....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 24 Kategorisasi Variabel *Store Atmosphere* .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 25 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel *Store Atmosphere*.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 26 Persepsi Responden Mengenai Potongan Harga Yang Besar ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 27 Persepsi Responden Mengenai Jangka Waktu Pemberian *Discount* Terhitung Lama .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 28 Persepsi Responden Mengenai Pemberian *Discount* Untuk Semua Produk .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 29 Persepsi Responden Mengenai Frekuensi Pemberian *Discount* ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 30 Kategorisasi Variabel *Discount* .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 31 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel *Discount***Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 32 Hasil Uji Korelasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 33 Hasil Uji Regresi Sederhana .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 34 Hasil Uji Korelasi *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian ... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 35 Hasil Uji Regresi Sederhana .....**Error! Bookmark not defined.**



Tabel 3. 36 Hasil Uji Korelasi *Discount* terhadap Keputusan Pembelian .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 37 Hasil Uji Regresi Sederhana .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 38 Hasil Uji Korelasi Kualitas Produk ( $X_1$ ), *Store Atmosphere* ( $X_2$ ), *Discount* ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 39 Hasil Uji Regresi Berganda Kualitas produk ( $X_1$ ), *Store atmosphere* ( $X_2$ ), dan *Discount* ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 40 Hasil Uji F Kualitas Produk ( $X_1$ ), *Store Atmosphere* ( $X_2$ ), dan *Discount* ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....**Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Uji Hipotesis Korelasi Linier Sederhana (Product Moment-Pearson) ..**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 2 Uji Hipotesis Korelasi Linier Berganda .....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3. 1 Uji t Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3. 2 Uji t *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian ...**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3. 3 Uji t *Discount* Terhadap Keputusan Pembelian ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3. 4 Uji F Kualitas Produk, *Store Atmosphere*, dan *Discount* Terhadap .....**Error! Bookmark not defined.**

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat telah Melaksanakan Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Tabel Induk Penelitian

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5 Hasil Uji Koefisien Korelasi, Koefisien Determinasi, Analisis Regresi Sederhana dan Uji t

Lampiran 6 Tabel F, Tabel R, Tabel t