

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, FITUR PRODUK,
PERSEPSI KONSUMEN DAN *SERVICESCAPE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA TOKO FAMILY FURNITURE
RANTAUPRAPAT**

SKRIPSI



OLEH :

SITI AISYAH MUNTHER
2001100123

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHAN BATU
RANTAUPRAPAT
2025**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : SITI AISYAH MUNTHE
NPM : 2001100123
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, FITUR
PRODUK, PERSEPSI KONSUMEN DAN
SERVICESCAPE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA TOKO FAMILY
FURNITURE RANTAUPRAPAT.

Rantauprapat, Juni 2025

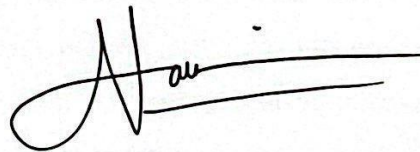
Disetujui:

Pembimbing Utama



ABD. HALIM, SE. M.Si
NIDN. 0126128901

Pembimbing Pendamping



NOVA JAYANTI HARAHAP, S.Pd. M.Si
NIDN. 0105119001

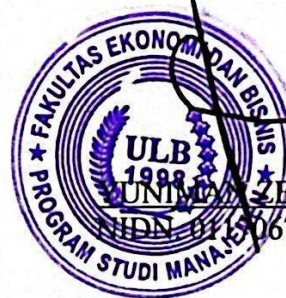
Menyetujui:

Dekan




PRISTYONO, SE. M.Si
NIDN. 0136118301

Kaprodi Manajemen

UNIMAN ZEBUA, SE., M.Si
NIDN. 01151067201

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI

NAMA : SITI AISYAH MUNTHE
NPM : 2001100123
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, FITUR
PRODUK, PERSEPSI KONSUMEN DAN
*SERVICESC*AP*E* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA TOKO FAMILY
FURNITURE RANTAUPRAPAT.

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jika dikemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian hasil skripsi ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rantauprapat, Juni 2025
Yang Membuat Pernyataan



Siti Aisyah Munthe
NPM. 2001100123

ABSTRAK

PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, FITUR PRODUK, PERSEPSI KONSUMEN DAN *SERVICESCAPE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO FAMILY FURNITURE RANTAUPRAPAT

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen, fitur produk, persepsi konsumen dan *servicescape* terhadap keputusan pembelian pada Toko Family Furniture Rantauprapat. Jenis penelitian adalah kuantitatif. Pelanggan yang berbelanja di Toko Furnitur Keluarga Rantauprapat menjadi populasi penelitian. Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Lemeshow karena populasinya tidak diketahui. Dengan demikian, jumlah responden dalam penelitian ini adalah 96 pelanggan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan melakukan observasi, wawancara, dokumentasi serta penyebaran kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas dan asumsi klasik. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen, fitur produk, persepsi konsumen dan *servicescape* secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Family Furniture Rantauprapat.

Kata kunci: Perilaku Konsumen, Fitur Produk, Persepsi Konsumen, *Servicescape*, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

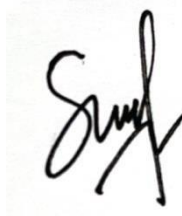
Puji Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karna Kasih dan Rahmad-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi, yang penulis beri judul: “Pengaruh Perilaku Konsumen, Fitur Produk, Persepsi Konsumendan Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Family Furniture Rantauprapat”. Adapun tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua yang telah banyak memberi dukungan baik materi maupun spiritual sehingga penulis dapat lebih semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Semua pihak yang memberikan bantuan berupa bimbingan maupun moral maupun material, yang terutama yang terhormat:

1. Bapak Assoc. Prof. Ade Parlaungan Nasution, SE, M.Si, Ph.D Selaku Rektor Universitas Labuhanbatu
2. Bapak Pristiyono, SE, M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
3. Bapak Muhammad Irwansyah Hasibuan, SE., M.Si, Selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
4. Bapak Yuniman Zebua, SE., M.Si, Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.

5. Bapak Abd. Halim, SE., M.Si, Selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah menyediakan waktu, pengarahan, bimbingan dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
6. Ibu Nova Jayanti Harahap, S.Pd.M.Si, Selaku Dosen Pembimbing Pendamping atas segala perhatian telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan saran dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Zulkarnain Nasution, S.E, M.Si Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan selama saya menuntut ilmu.
8. Seluruh Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
9. Seluruh Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
10. Kepada kedua Orangtua ku Ayahanda Agus Salim Dalimunthe dan Mama pintu Surgaku Ibunda Imar Sinaga S.Pd.S.D dan kakak, abang, adek, yang selalu menjadi penyemangat sebagai sandaran, dan tidak ada hentinya memberikan cinta, kasih sayang, dan motivasi, terimakasih telah berjuang untuk kehidupan saya, terimakasih untuk semua doa dan dukungan keluargaku sehingga saya berada di titik ini..

Rantauprapat, Juni 2025



Siti Aisyah Munthe

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	10
1.3. Batasan Masalah.....	11
1.4. Rumusan Masalah	11
1.5. Tujuan Penelitian	12
1.6. Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Perilaku Konsumen	15
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	15
2.1.2 Jenis-Jenis Perilaku Konsumen.....	16
2.1.3 Indikator Perilaku Konsumen	17
2.2 Fitur Produk	18
2.2.1 Pengertian Fitur Produk	18
2.2.2 Indikator Fitur Produk.....	19
2.3 Persepsi Konsumen	20
2.3.1 Pengertian Persepsi Konsumen.....	20
2.3.2 Proses Persepsi Konsumen	21
2.3.3 Macam-Macam Persepsi Konsumen.....	22
2.3.4 Aspek-Aspek Persepsi Konsumen	22
2.3.5 Indikator Persepsi Konsumen	23
2.4 <i>Servicescape</i>	23
2.4.1 Pengertian <i>Servicescape</i>	23
2.4.2 Tujuan <i>Servicescape</i>	24
2.4.3 Indikator <i>Servicescape</i>	25
2.5 Keputusan Pembelian.....	26
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	26
2.5.2 Proses Pengambilan Keputusan	27
2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian	29
2.6 Penelitian Terdahulu	30
2.7 Kerangka Konseptual	31
2.8 Hipotesis.....	32

BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Desain Penelitian.....	34
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	36
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6 Uji Validitas Dan Reliabilitas	40
3.7 Uji Asumsi Klasik	42
3.7.1 Uji Normalitas.....	42
3.7.2 Uji Heteroskedastisitas.....	42
3.7.3 Uji Multikolonieritas.....	43
3.8 Teknik Analisis Data.....	43
3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda	43
3.8.2 Uji t Parsial	44
3.8.3 Uji F Simultan.....	45
3.8.4 Uji Koefisien Determinasi	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1. Gambaran Toko Family Furniture Rantauprapat.....	47
4.1.1 Sejarah Toko Family Furniture Rantauprapat ...	47
4.1.2 Visi Misi Toko Family Furniture Rantauprapat ...	48
4.2. Hasil Dan Penelitian	49
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	49
4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	51
4.3. Hasil Uji Asumsi Klasik	57
4.3.1 Uji Normalitas.....	57
4.3.2 Uji Multikolinieritas.....	59
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda	61
4.5 Uji t (Parsial).....	63
4.6 Uji F (Simultan)	64
4.7 Uji Determinasi.....	65
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul	Halaman
2.1	PenelitianTerdahulu	30
3.1	Jadwal Kegiatan Penelitian	37
3.2	OperasionalVariabel Penelitian.....	38
3.3	Skala Likert	40
3.4	Hasil Uji Validitas	40
3.5	Hasil Uji Reliabilitas	41
4.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden	49
4.2	Kriteria Skor Variabel	51
4.3	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Perilaku Konsumen	51
4.4	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Fitur Produk	52
4.5	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Persepsi Konsumen	53
4.6	Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Serviscape</i>	54
4.7	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.	56
4.8	Hasil Uji Normalitas.....	57
4.9	Hasil Uji Multikolinearitas.....	60
4.10	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	62
4.11	Hasil Uji t Parsial	63
4.12	Hasil Uji F Simultan.....	65
4.13	Hasil Uji R <i>Square</i>	65

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul	Halaman
2.1	Kerangka Konseptual	32
4.1	Hasil Uji Normalitas Histogram.....	58
4.2	Hasil Uji Normalitas P-P Plot	59
4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	61