

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

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**SITI AISYAH MUNTHE**  
**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

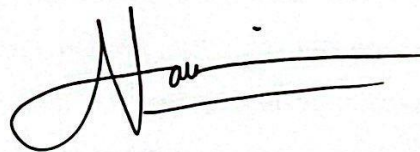
Disetujui:

**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. 0115067201

### **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  
*SERVICESCAPE* 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**

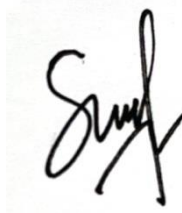
Puji Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karna Kasih dan Rahmad-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi, yang penulis beri judul: “Pengaruh Perilaku Konsumen, Fitur Produk, Persepsi Konsumendan Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Family Furniture Rantauprapat”. 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    |
|-------------------------------------------------|------------|
| <b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>      | <b>i</b>   |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI .....</b> | <b>ii</b>  |
| <b>ABSTRAK .....</b>                            | <b>iii</b> |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                      | <b>iv</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                          | <b>vi</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                       | <b>ix</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                       | <b>x</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                    | <b>xi</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                  | <b>1</b>   |
| 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         |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>            | <b>15</b>  |
| 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         |

|                                                        |           |
|--------------------------------------------------------|-----------|
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                 | <b>34</b> |
| 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        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>    | <b>47</b> |
| 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        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                | <b>73</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                   | 73        |
| 5.2 Saran .....                                        | 73        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                            | <b>75</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                   | <b>79</b> |

## 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      |