

**PENGARUH *SERVICESCAPE*, VARIASI PRODUK, POTONGAN
HARGA, DAN TEMPAT TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA TOKO PERABOT BINTANG
TERANG RANTAUPRAPAT**

SKRIPSI



**OLEH
RUTH NURMA
NPM. 2001100214**

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

LEMBAR PENGESAHAN NASKAH SKRIPSI

NAMA : RUTH NURMA NOVITA PANJAITAN
NPM : 2101100214
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH SERVICESCAPE, VARIASI PRODUK,
POTONGAN HARGA, DAN TEMPAT TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO PERABOT
BINTANG TERANG RANTAUPRAPAT

RANTAUPRAPAT, 29. APRIL 2025

DISETUJUI:

PEMBIMBING UTAMA



ELVINA, S.Pd. M.Si
NIDN. 0108108101

PEMBIMBING PENDAMPING



FADZIL HANAFI ASNORA, S.I.Kom., M.M
NIDN. 0120099103

MENYETUJUI:

DEKAN



PRISTYONO, SE, M.Si
NIDN. 0116118301

KAPRODI MANAJEMEN



YUNIMAN ZEBUA, S.E., M.M
NIDN. 0117067201

SURAT PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI

NAMA : RUTH NURMA

NPM 2101100214

PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *SERVICESCAPE*, VARIASI PRODUK, POTONGAN HARGA, DAN TEMPAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO PERABOT BINTANG TERANG 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 kutipan maupun rujukan dalam penulisan skripsi ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian 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, 23 Juni 2025
Yang Membuat Pernyataan



Ruth Nurma
NPM. 2101100214

ABSTRAK

PENGARUH *SERVICESCAPE*, VARIASI PRODUK, POTONGAN HARGA, DAN TEMPAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO PERABOT BINTANG TERANG RANTAUPRAPAT

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *servicescape*, variasi produk, potongan harga, dan tempat terhadap keputusan pembelian pada Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat. Jenis penelitian adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat. Dalam penelitian ini, Karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, maka digunakan rumus *Lemeshow* untuk mengetahui jumlah sampel. Jadi, jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini adalah 96 konsumen. 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 *servicescape*, variasi produk, potongan harga, dan tempat secara parsial serta simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat

Kata kunci: *Servicescape*, Variasi Produk, Potongan Harga, Tempat, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya kepada penulis sehingga penulis dapat melaksanakan penelitian ini dengan judul “Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Harga,Promosi Dan Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartohone Android Pada Mahasiswa/Mahasiswi FEB ULB”. Adapun penelitian ini adalah merupakan salah satu syarat menyelesaikan sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Labuhanbatu penulis menyadari bahwa tulisan ini masih banyak mempunyai kekurangan oleh karena itu penulis mengharapkan saran-saran yang berguna untuk kesempurnaan penulisan ini.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Orang Tua yang telah memberikan semangat untuk dapat menimba ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Labuhanbatu
2. Bapak Ade Parlaungan Nasution, SE, M.Si selaku Rektor Universitas Labuhanbatu
3. Bapak Pristiyono, SE, M.SI selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Labuhanbatu
4. Bapak Yuniman Zebua, SE, M.SI selaku Kaprodi Fakultas Mnajemen Universitas Labuhanbatu
5. Bapak Bayu Eko Broto, SE, M.SI selaku dosen pembimbing I
6. Ibu Elida Florentina Sinaga Simanjorang S.Sos,MSP selaku dosen

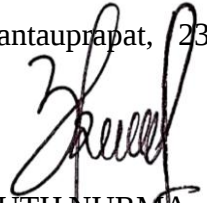
pembimbing ke II

7. Terkhusus Josua Faloma Kusuma Tampubolon

8. Teman-teman Mahasiswa/i satu jurusan. Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang membantu untuk menyelesaikan penelitian ini.

Semoga tulisan ini dapat menjadi pengetahuan yang bermanfaat bagi kita semua

Rantauprapat, 23 Juni 2025



RUTH NURMA
(20101100214)

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	13
1.3. Batasan Masalah.....	14
1.4. Rumusan Masalah	14
1.5. Tujuan Penelitian	15
1.6. Manfaat Penelitian	16
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 18
2.1 <i>Servicescape</i>	18
2.1.1 Pengertian <i>Servicescape</i>	18
2.1.2 Tujuan <i>Servicescape</i>	19
2.1.3 Indikator <i>Servicescape</i>	20
2.2 Varian Produk	21
2.2.1 Pengertian Varian Produk	21
2.2.2 Tujuan Varian Produk.....	22
2.2.3 Macam-Macam Varian Produk.....	23
2.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Varian Produk	23
2.2.5 Indikator Varian Produk	25
2.3 Potongan Harga	25
2.3.1 Pengertian Potongan Harga.....	25
2.3.2 Tujuan Potongan Harga	26
2.3.3 Jenis-Jenis Potongan Harga	27
2.3.5 Indikator Potongan Harga	28
2.4 Lokasi	29
2.4.1 Pengertian Lokasi.....	29
2.4.2 Interaksi dalam Lokasi	30
2.4.3 Indikator Lokasi	31
2.5 Keputusan Pembelian	31
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	31
2.5.2 Tahapan Keputusan Pembelian.....	32
2.5.3 Peran Konsumen dalam Keputusan Pembelian.....	34
2.5.4 Indikator Keputusan Pembelian	35
2.6 Penelitian Terdahulu	36
2.7 Kerangka Konseptual	38
2.8 Hipotesis.....	39

BAB III	METODE PENELITIAN.....	41
3.1	Desain Penelitian.....	41
3.2	Populasi dan Sampel	41
3.3	Lokasi dan Waktu Penelitian	42
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	43
3.5	Skala Pengukuran Variabel.....	45
3.6	Uji Validitas Dan Reliabilitas	45
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	48
3.8.1	Uji Normalitas.....	48
3.8.2	Uji Heteroskedastisitas.....	49
3.8.3	Uji Multikolonieritas.....	49
3.9	Teknik Analisis Data.....	50
3.9.1	Analisis Statistik Deskriptif	50
3.9.2	Analisis Regresi Linear Berganda	50
3.9.3	Uji t Parsial	51
3.9.4	Uji F Simultan.....	51
3.9.5	Uji Koefisien Determinasi	51
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1.	Gambaran Toko Perabot Bintang Terang	53
4.1.1	Sejarah Toko Perabot Bintang Terang.....	53
4.1.2	Visi Misi Toko Perabot Bintang Terang.....	54
4.2.	Hasil Dan Penelitian	55
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	55
4.2.2	Deskripsi Jawaban Responden.....	57
4.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik	64
4.3.1	Uji Normalitas.....	64
4.3.2	Uji Multikolinieritas.....	67
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	68
4.4	Analisis Regresi Linear Berganda	69
4.5	Uji F (Simultan).....	70
4.6	Uji t (Parsial).....	71
4.7	Uji Determinasi.....	72
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian	73
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran	79
	DAFTAR PUSTAKA	81
	LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul	Halaman
1.1	Hasil Kuesioner Pra Survey Variabel Keputusan Pembelian.....	2
1.2	Hasil Kuesioner Pra Survey Variabel <i>Servicescape</i>	4
1.3	Hasil Kuesioner Pra Survey Variabel Varian Produk	6
1.4	Hasil Kuesioner Pra Survey Variabel Potongan Harga.....	9
1.5	Hasil Kuesioner Pra Survey Variabel Tempat	10
2.1	Penelitian Terdahulu	36
3.1	Waktu Penelitian	43
3.2	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	44
3.3	Skor Pendapat Responden	45
3.4	Hasil Uji Validitas	46
3.5	Hasil Uji Reliabilitas	47
4.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden	55
4.2	Kriteria Skor Variabel	57
4.3	Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Servicescape</i>	57
4.4	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Variasi Produk.....	58
4.5	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Potongan Harga	60
4.6	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Tempat.....	61
4.7	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.	63
4.8	Hasil Uji Normalitas.....	65
4.9	Hasil Uji Multikolinearitas	67
4.10	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	69
4.11	Hasil Uji t Parsial	70
4.12	Hasil Uji F Simultan.....	72
4.13	Hasil Uji R <i>Square</i>	72

DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul	Halaman
2.1	Kerangka Konseptual	39
4.1	Hasil Uji Normalitas Histogram.....	68
4.2	Hasil Uji Normalitas P-P Plot	68
4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	68