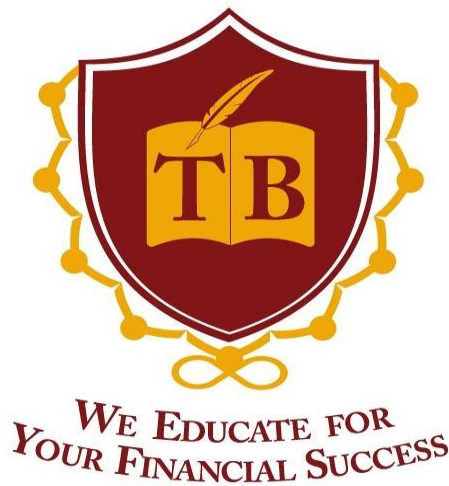


**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *SALES PROMOTION*,
DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI PADA
KONSUMEN SUDO BREW GALAXY BEKASI**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen**



Oleh

Riftavia Denia Aminudin

222711042

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI
BEKASI
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Riftavia Denia Aminudin
Nomor Induk Mahasiswa : 222711042
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Store Atmosphere*, *Sales Promotion*, dan
Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Pada Konsumen
Sudo Brew Galaxy Bekasi

Skripsi tersebut telah disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana pada Program Studi Strata Satu Manajemen.

Bekasi, 30 Juli 2026

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing


Stella Nathasya, S.M., M.M
NUPTK: 9546774675230273


Drs. Widayatmoko, MM., M.Ikom
NIDN: 0303045901

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *SALES PROMOTION*, DAN GAYA
HIDUP TERHADAP MINAT BELI PADA KONSUMEN SUDO BREW
GALAXY BEKASI**

OLEH

RIFTAVIA DENIA AMINUDIN

222711042

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada Tanggal seperti tertera di bawah ini

Bekasi, 20 Agustus 2026

Ketua Tim Penguji



Dr. Sofia Maulida, SE.,MM.
NUPTK: 4541756657230112

Anggota Tim Penguji 1

Anggota Tim Penguji 2



Dr. Eddy Setyanto., S.Sos.,M.Si.
NIDN: 0325107402



Drs. Widayatmoko, MM.,M.Ikom
NIDN: 0303045901

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN

Dengan ini saya menyatakan:

- 1 Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
- 2 Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
- 3 Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
- 4 Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 30 Juli 2026
Yang membuat pernyataan



Riftavia Denia Aminudin
NIM: 222711042

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Riftavia Denia Aminudin
NIM : 222711042
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti
Program Studi : S1 Manajemen

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere*, *Sales Promotion*, dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Sudo Brew Galaxy Bekasi”, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti** berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*). Mendistribusikan dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya Ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 30 Juli 2026
Yang membuat pernyataan



Riftavia Denia Aminudin
NIM: 222711042

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.
Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan mendapat (siksa)
dari (kejahatan) yang diperbuatnya”
(Q.S Al-Baqarah:286)

“Apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku dan apa yang
ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu”
(Umar bin Khattab)

“Segala sesuatu yang terjadi dalam hidup ini akan menjadi pelajaran untukmu,
maka berpikirlah positif dan jangan terlalu terintimidasi, kamu bisa melewatinya”
(Na Jaemin)

“It’s fine to fake it until you make it, until you do, until it’s true”
(Taylor Swift – *Snow On The Beach*)

Persembahan

“Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, karya ini saya persembahkan
untuk kedua orang tua tercinta yang selalu menjadi tempat pulang, sumber
kekuatan, dan alasan saya untuk terus berjuang. Terima kasih atas setiap doa yang
tidak pernah putus, kasih sayang yang tulus, pengorbanan yang tak terhitung, serta
dukungan yang selalu menguatkan langkah saya hingga mampu menyelesaikan
pendidikan ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan,
kebahagiaan, dan keberkahan kepada Papah dan Ibu”

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *store atmosphere*, *sales promotion*, dan gaya hidup terhadap minat beli pada konsumen Sudo Brew Galaxy Bekasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi sebanyak 2.500 konsumen Sudo Brew Galaxy Bekasi per bulan. Sampel penelitian berjumlah 97 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan teknik *accidental sampling*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan uji koefisien determinasi (R^2) menggunakan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan koefisien regresi sebesar 0,467, nilai t hitung sebesar 5,060, dan nilai signifikansi 0,000. *Sales promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan koefisien regresi sebesar 0,240, nilai t hitung sebesar 3,394, dan nilai signifikansi 0,001. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan koefisien regresi sebesar 0,564, nilai t hitung sebesar 5,293, dan nilai signifikansi 0,000. Berdasarkan nilai *Standardized Coefficients (Beta)* sebesar 0,421, gaya hidup merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap minat beli. Secara simultan, *store atmosphere*, *sales promotion*, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai F hitung sebesar 148,769 dan nilai signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,822 menunjukkan bahwa ketiga variabel mampu menjelaskan 82,2% variasi minat beli, sedangkan 17,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, *Sales Promotion*, Gaya Hidup, Minat Beli.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of store atmosphere, sales promotion, and lifestyle on purchase intention among consumers of Sudo Brew Galaxy Bekasi. This research employed a quantitative method with a population of 2,500 Sudo Brew Galaxy Bekasi consumers per month. The sample consisted of 97 respondents, determined using the Slovin formula and selected through a accidental sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, partial tests (t-tests), simultaneous test (F-test), and the coefficient of determination (R^2) using SPSS version 27. The results showed that store atmosphere had a positive and significant effect on purchase intention, with a regression coefficient of 0.467, a t-value of 5.060, and a significance value of 0.000. Sales promotion also had a positive and significant effect on purchase intention, with a regression coefficient of 0.240, a t-value of 3.394, and a significance value of 0.001. Lifestyle had a positive and significant effect on purchase intention, with a regression coefficient of 0.564, a t-value of 5.293, and a significance value of 0.000. Based on the Standardized Coefficients (Beta) value of 0.421, lifestyle was identified as the most dominant variable influencing purchase intention. Simultaneously, store atmosphere, sales promotion, and lifestyle had a positive and significant effect on purchase intention, with an F-value of 148.769 and a significance value of 0.000. The coefficient of determination (R^2) of 0.822 indicates that these three variables explain 82.2% of the variance in purchase intention, while the remaining 17.8% is explained by other variables not included in this study.

Keywords: *Store Atmosphere, Sales Promotion, Lifestyle, Purchase Intention*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere*, *Sales Promotion*, dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Sudo Brew Galaxy Bekasi”.

Dalam penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, kritik, saran, dan motivasi yang sangat besar dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta’ala yang senantiasa memberikan rahmat, kesehatan, kemudahan, dan kekuatan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Widayatmoko, M.M., M.Ikom selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti dan dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, saran, serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Bimbingan yang diberikan sangat berarti dan membantu penulis dalam memahami serta menyelesaikan setiap tahapan penelitian.
3. Ibu Stella Natasha, S.M., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak Redy Adhi Saputra SE.,MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang memberikan arahan dan nasihat selama perkuliahan.
5. Seluruh Dosen dan Karyawan STIE Tri Bhakti yang telah memberikan dukungan serta pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis selama menjalani perkuliahan di STIE Tri Bhakti.
6. Pihak Sudo Brew Galaxy Bekasi yang telah memberikan izin dan membantu penulis dalam pelaksanaan penelitian.
7. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, doa yang tiada henti, dukungan moral maupun materi, serta menjadi sumber kekuatan dan semangat terbesar bagi penulis. Terima kasih atas segala pengorbanan, kesabaran, dan kepercayaan yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Keluarga penulis lainnya yang selalu memberikan doa dan motivasi yang tiada henti kepada penulis.
9. Teman-teman seperjuangan penulis; Shakillah, Kiki, Habibah, Nabilla, Yusuf, dan Anwar, yang telah menemani setiap proses selama masa perkuliahan. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, bertukar pikiran, saling membantu ketika menghadapi kesulitan, serta mengisi hari-hari perkuliahan dengan begitu banyak kenangan yang akan selalu dikenang.
10. Erika Salsabila, sahabat penulis, yang selalu memberikan dukungan, semangat, doa, serta menjadi pendengar yang baik di setiap proses yang penulis lalui. Terima kasih telah menemani, menguatkan, dan meyakinkan penulis untuk terus berjuang hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
11. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan memberikan informasi yang dibutuhkan, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.
12. Semua yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas setiap bantuan, doa, dukungan, dan semangat yang telah diberikan kepada penulis.
13. Dan terakhir, terima kasih untuk diri sendiri. Riftavia Denia karena telah berjuang, bertahan, dan tidak menyerah hingga mampu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Bekasi, 30 Juli 2026

Riftavia Denia Aminudin
NIM: 222711042

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN	iii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan Penelitian	6
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.6.1 Manfaat Teoretis.....	7
1.6.2 Manfaat Praktis	8
1.7 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 <i>Store Atmosphere</i> (Suasana Toko).....	12

2.1.3	<i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan).....	13
2.1.4	Gaya Hidup	15
2.1.5	Minat Beli	17
2.2	Pengaruh Antar Variabel	20
2.2.1	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Minat Beli	20
2.2.2	Pengaruh <i>Sales Promotion</i> Terhadap Minat Beli	20
2.2.3	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli	20
2.3	Penelitian Terdahulu.....	21
2.4	Kerangka Penelitian	28
2.5	Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN		31
3.1	Desain Penelitian.....	31
3.1.1	Tujuan Penelitian.....	31
3.1.2	Metodologi Penelitian	31
3.1.3	Strategi Penelitian	32
3.1.4	Unit Analisis.....	32
3.1.5	Keterlibatan Penelitian	33
3.1.6	Latar Penelitian	33
3.1.7	Waktu Penelitian	33
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran.....	34
3.2.1	Variabel	34
3.3	Populasi dan Sampel	37
3.3.1	Populasi.....	37
3.3.2	Sampel.....	38
3.4	Sumber Data.....	39
3.4.1	Data Primer	39
3.4.2	Data Sekunder	39
3.5	Teknik Pengumpulan Data	40
3.5.1	Kuesioner (Angket).....	40
3.5.2	Studi Kepustakaan.....	41
3.6	Teknik Analisis Data	41

3.6.1	Statistik Deskriptif	41
3.6.2	Uji Instrumen Penelitian	42
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	43
3.6.4	Analisis Regresi Berganda	44
3.6.5	Uji Hipotesis	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		47
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1	Gambaran Umum Sudo Brew	47
4.1.2	Visi Misi	48
4.1.3	Sudo Brew Galaxy Bekasi	49
4.1.4	Menu yang ditawarkan	50
4.2	Hasil Penelitian	51
4.2.1	Distribusi Karakteristik Responden	51
4.2.2	Analisis Statistik Deskriptif	54
4.2.3	Uji Instrumen Penelitian	70
4.2.4	Uji Asumsi Klasik	78
4.2.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	82
4.2.6	Uji Hipotesis	83
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	86
4.3.1	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Minat Beli	86
4.3.2	Pengaruh <i>Sales Promotion</i> Terhadap Minat Beli	88
4.3.3	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli	91
4.3.4	Pengaruh Simultan (<i>Store Atmosphere</i> , <i>Sales Promotion</i> , dan Gaya Hidup) Terhadap Minat Beli	94
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		95
5.1	Simpulan	95
5.2	Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....		99
LAMPIRAN.....		103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian.....	28
Gambar 4. 1 Logo Sudo Brew	47
Gambar 4. 2 Area Sudo Brew Galaxy Bekasi	50
Gambar 4. 3 Grafik <i>P-P Plot</i> Normalitas	79
Gambar 4. 4 Grafik <i>Scatterplot</i> Heteroskedastisitas	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel X1	34
Tabel 3. 2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel X2	35
Tabel 3. 3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel X3	36
Tabel 3. 4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Y	36
Tabel 3. 5 Alternatif Jawaban Skala Likert	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Beli	53
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Media Informasi.....	54
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif.....	55
Tabel 4. 7 Skor <i>Mean</i> Dalam Variabel Penelitian.....	57
Tabel 4. 8 Penilaian Responden Terhadap <i>Store Atmosphere</i> (X1)	57
Tabel 4. 9 Penilaian Responden Terhadap <i>Sales Promotion</i> (X2).....	60
Tabel 4. 10 Penilaian Responden Terhadap Gaya Hidup (X3).....	64
Tabel 4. 11 Penilaian Responden Terhadap Minat Beli (Y)	67
Tabel 4. 12 Uji Validitas <i>Store Atmosphere</i>	71
Tabel 4. 13 Uji Validitas <i>Sales Promotion</i>	72
Tabel 4. 14 Uji Validitas Gaya Hidup.....	73
Tabel 4. 15 Uji Validitas Minat Beli	74
Tabel 4. 16 Uji Reliabilitas <i>Store Atmosphere</i>	76
Tabel 4. 17 Uji Reliabilitas <i>Sales Promotion</i>	76
Tabel 4. 18 Uji Reliabilitas Gaya Hidup.....	77
Tabel 4. 19 Uji Reliabilitas Minat Beli.....	77
Tabel 4. 20 Uji Normalitas <i>One Sample K-S</i>	78
Tabel 4. 21 Uji Multikolinearitas.....	80
Tabel 4. 22 Uji Heteroskedastisitas Glejser.....	81
Tabel 4. 23 Analisis Linear Berganda	82
Tabel 4. 24 Uji Parsial (Uji t)	84
Tabel 4. 25 Uji Simultan (Uji f).....	85
Tabel 4. 26 Uji Koefisien Determinasi	86
Tabel 4. 27 Perbandingan Nilai Mean Dimensi <i>Store Atmosphere</i>	87
Tabel 4. 28 Perbandingan Nilai Mean Dimensi <i>Sales Promotion</i>	89
Tabel 4. 29 Perbandingan Nilai Mean Dimensi Gaya Hidup	91

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	HASIL PENGOLAHAN DATA SPSS.....	103
LAMPIRAN 2	FORMULIR KUESIONER	115
LAMPIRAN 3	DAFTAR POPULASI DAN SAMPEL	123
LAMPIRAN 4	TABULASI DATA RESPONDEN.....	128
LAMPIRAN 5	KARTU KONSULTASI.....	140
LAMPIRAN 6	SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI.....	143
LAMPIRAN 7	HASIL CEK PLAGIASI.....	144
LAMPIRAN 8	FORMULIR SARAN DAN PERBAIKAN	145
LAMPIRAN 9	CURICULUM VITAE	146