



**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, VARIASI PRODUK DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ROTI DAN
OLEH-OLEH KHAS SIAK DAPUR MAMA NIZAM**

SIAK SRI INDRAPURA

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE) Pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu
Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*



UIN SUSKA RIAU

OLEH

IKA WULANDARI
NIM. 11970123664

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : IKA WULANDARI
NIM : 11970123664
PROGRAM STUDI : SI MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
SEMESTER : VIII (DELAPAN)
JUDUL : Pengaruh *Store Atmosphere*, *Variasi Produk* Dan *Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Roti Dan Oleh-Oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura*

**DISETUJUI OLEH
DOSEN PEMBIMBING**

Muklis, SE, MM
NIP. 19861126 201503 1 004

MENGETAHUI,

**KETUA PROGRAM STUDI
SI MANAJEMEN**

ASTUTI MEELINDA, SE, MM
NIP. 19720513 200701 2 018



Dr. Hj. MAHIYARNI, SE, MM
NIP.197008261999032001

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ika Wulandari
NIM : 11970123664
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh *Store Atmosphere*, Variasi Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Roti Dan Oleh-Oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura
Tanggal Ujian : Selasa, 27 Juni 2023

TIM PENGUJI

Ketua

Dr. Dony Martias, SE, MM
NIP: 19760306 200710 1 004

Sekretaris

Fatimah Zuhra, S.Si, M.Stat
NIP: 19880718 202012 2 018

Penguji I

Ferizal Rahmad, SE, MM
NIP: 19750216 201411 1 001

Penguji II

Ainun Mardiah, SE, MM
NIP: 19781203 200604 2 001

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat :
 Nomor : Nomor 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : IKA WULANDARI
 NIM : 11970123664
 Tempat/Tgl. Lahir : TALOK, 30 OKTOBER 2000
 Fakultas/Pascasarjana : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 Prodi : MANAJEMEN SI
 Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:

PENGARUH STORE ATMOSPHERE, VARIASI PRODUK, DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ROTI DAN
OLEH-OLEH KHAS SIAK DAPUR MAMA NIZAM SIAK SPI
INDRAPURA

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 10 Juli 2023
 Yang membuat pernyataan


 METRAT
 TEMREI
 ADAKX495994805 IKA WULANDARI
 NIM : 11970123664

*pilih salah satu sasual jenis karya tulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PENGARUH STORE ATMOSPHERE, VARIASI PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ROTI DAN OLEH-OLEH KHAS SIAK DAPUR MAMA NIZAM SIAK SRI INDRAPURA

Oleh:

IKA WULANDARI
11970123664

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh store atmosphere, variasi produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam di Siak Sri Indrapura. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah berbelanja lebih dari 3 kali dan yang telah berlangganan pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam di Siak Sri Indrapura dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling yang berjumlah 96 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda menggunakan program SPSS 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial store atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan store atmosphere, variasi produk dan lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam di Siak Sri Indrapura. Adapun besaran store atmosphere, variasi produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 66,6%, sedangkan sisanya 33,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci: *Store Atmosphere, Variasi Produk, Lokasi, dan Keputusan Pembelian*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warrahmatullahi wabarrakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya, sholawat serta salam tercurahkan kepada Rasulullah SAW. sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Store Atmosphere, Variasi Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura”** sebagai syarat menyelesaikan Sarjana Strata (S1) pada Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan yang tulus terutama yang teristimewa buat kedua orang tua saya tercinta, Ayahanda Yusliadi dan Ibunda Sukarni, serta kepada Almarhum Bapak Adi Susanto dan Adik saya Diva Prastio yang telah banyak berjasa memberikan dukungan moril dan materil serta doa restu sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Tidak lupa penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan yang tulus kepada semua pihak yang telah banyak membari petunjuk, bimbingan, dorongan dan bantuan dalam penulisan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung kepada:

1. Bapak Prof. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dr. Hj. Mahyarni, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Kamaruddin, S.Sos selaku Wakil Dekan I, bapak Dr. Mahmuzar, M. Hum selaku Wakil Dekan II dan ibu Dr. Hj. Julina, SE, M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Muklis, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Proposal dan Skripsi yang telah banyak membantu, mengarahkan, membimbing dengan penuh

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- kesabaran dan keikhlasan serta memberikan saran kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku Ketua Prodi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
 6. Bapak Fakhurrozi, SE, MM selaku Sekretaris Prodi Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
 7. Bapak M. Rachmadi, SE, MM selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
 8. Seluruh bapak dan ibu Dosen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah meluangkan waktu dan kesempatan untuk memberikan ilmu dan pengetahuan selama proses perkuliahan untuk menggapai cita-cita.
 9. Kepada sahabat-sahabat penulis yaitu Allika, Dahliana, Hutria, Wati, Anggun, Nabilah, Windi dan Terutama sahabat penulis yang selalu ada setiap penulis butuhkan yaitu Devi dan Tarisa yang sudah menguatkan penulis, memberi saran, nasihat, doa dan bantuan yang tulus dalam menyelesaikan skripsi ini. Serta keluarga besar manajemen G angkatan 2019 dan keluarga besar manajemen pemasaran A yang sudah kebersamai dalam setiap proses.
 10. Kepada seluruh keluarga penulis, Mak uwek, Alm. Pak uwek, Bik Yani, Mbak Tina yang sudah memberikan dukungan dan materi sampai detik ini. Seluruh pihak yang membantu penulis dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, semoga bantuan yang telah diberikan mendapat balasan pahala dari Allah SWT. dan harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca semuanya.

Aamiin Yarrabbal'alamiin.

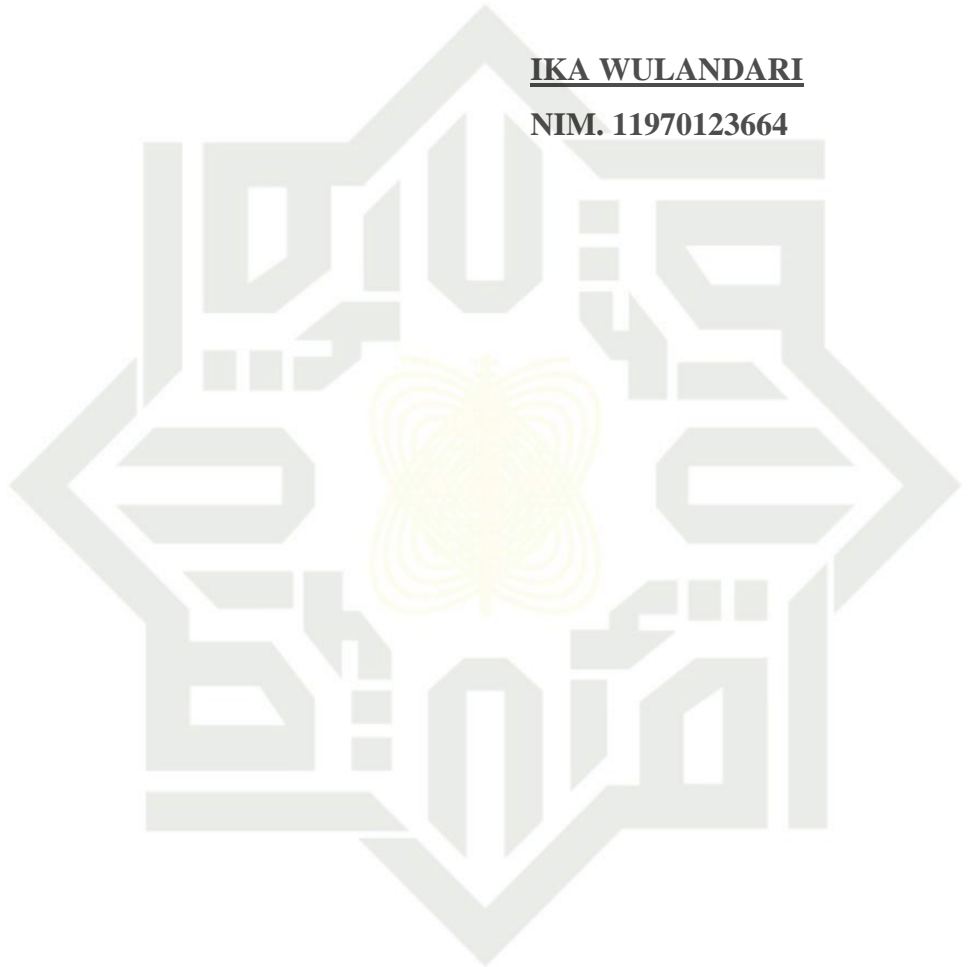
Wassalamu'alaikum warrahmatulahi wabarrakatuh.

Pekanbaru, 23 Mei 2023

Penulis,

IKA WULANDARI

NIM. 11970123664



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pemasaran	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran	13
2.2 Manajemen Pemasaran	13
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
2.3 Perilaku Konsumen	14
2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen	14
2.4 Keputusan Pembelian	14
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	14
2.4.2 Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian	15
2.4.3 Faktor-faktor Keputusan Pembelian.....	16
2.4.4 Indikator Keputusan Pembelian	18
2.5 <i>Store Atmosphere</i>	18
2.5.1 Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	18
2.5.2 Indikator <i>Store Atmosphere</i>	19
2.6 Variasi Produk	20
2.6.1 Pengertian Variasi Produk	20

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.6.2 Indikator Variasi Produk	21
2.7 Lokasi	22
2.7.1 Pengertian Lokasi	22
2.7.2 Indikator Lokasi	23
2.8 Pandangan Islam Tentang Keputusan Pembelian	24
2.9 Penelitian Terdahulu	25
2.10 Variabel Penelitian	28
2.10.1 Variabel Bebas	29
2.10.2 Variabel Terikat	29
2.10.3 Konsep Operasional Variabel Penelitian	29
2.11 Hipotesis Penelitian	30
2.12 Kerangka Pemikiran	32
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	33
3.2 Jenis dan Sumber Data	33
3.2.1 Jenis Data	33
3.2.2 Sumber Data	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data	34
3.4 Skala Pengukuran	34
3.5 Populasi dan Sampel	35
3.5.1 Populasi	35
3.5.2 Sampel	35
3.6 Metode Analisis Data	37
3.7 Uji Kualitas Data	37
3.7.1 Uji Validitas Data	37
3.7.2 Uji Reliabilitas	38
3.8 Uji Asumsi Klasik	38
3.8.1 Uji Normalitas	38
3.8.2 Uji Multikolinearitas	39
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas	39
3.9 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	40

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.10 Uji Hipotesis	41
3.10.1 Uji Parsial (T)	41
3.10.2 Uji Simultan (F)	41
3.11 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	42
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
4.1 Lokasi Penelitian	44
4.1.1 Sejarah Kabupaten Siak	44
4.1.2 Batas Wilayah Kabupaten Siak	47
4.1.3 Visi dan Misi Kabupaten Siak	48
4.2 Sejarah Toko Roti Dapur Mama Nizam	51
4.3 Visi dan Misi Perusahaan	53
4.4 Variasi Produk Dapur Mama Nizam.....	53
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Karakteristik Responden	55
5.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
5.1.2 Responden Berdasarkan Usia	55
5.1.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
5.1.4 Responden Berdasarkan Pendapatan	57
5.1.5 Responden Berdasarkan Tingkat Pembelian	57
5.2 Deskripsi Variabel Penelitian	58
5.2.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i>	58
5.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Variasi Produk.....	60
5.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Lokasi	61
5.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	62
5.3 Uji Kualitas Data	63
5.3.1 Uji Validitas	63
5.3.2 Uji Reliabilitas	64
5.4 Uji Asumsi Klasik	65
5.4.1 Uji Normalitas	65
5.4.2 Uji Multikolinearitas	66
5.4.3 Uji Heteroskedastisitas	67

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.5 Analisis Regresi Linear Berganda	68
5.6 Uji Hipotesis	70
5.6.1 Uji T (Parsial)	70
5.6.2 Uji F (Simultan)	71
5.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	72
5.7 Hasil Penelitian dan Pembahasan	73
5.7.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	73
5.7.2 Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian ...	74
5.7.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	74
5.7.4 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> , Variasi Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	75
BAB VI PENUTUP	
6.1 Kesimpulan	76
6.2 Saran	78

**DAFTAR ISI
LAMPIRAN**



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Fenomena <i>Store Atmosphere</i> Toko Dapur Mama Nizam	4
Tabel 1.2 Lokasi Toko Sekitar Perusahaan	8
Tabel 2.1 Faktor-faktor Keputusan Pembelian	17
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 2.3 Definisi Konsep Operasional Variabel	29
Tabel 4.1 Variasi Produk Pada Toko Dapur Mama Nizam	53
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	57
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Sudah Berapa Kali Pembelian Pada Toko Roti Dapur Mama Nizam	57
Tabel 5.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Store Atmosphere</i> ...	58
Tabel 5.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Variasi Produk	60
Tabel 5.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Lokasi	61
Tabel 5.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	62
Tabel 5.10 Hasil Validitas	64
Tabel 5.11 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 5.12 Hasil Uji Multikolinearitas	67
Tabel 5.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	69
Tabel 5.14 Hasil Uji T (Parsial)	70
Tabel 5.15 Hasil Uji F (Simultan)	72
Tabel 5.16 Hasil Uji Determinasi (R^2)	73



- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Data Penjualan Perusahaan	2
Gambar 2.1 Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian	15
Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4.1 Toko Roti Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura	51
Gambar 5.1 Grafik Hasil Uji Normalitas	66
Gambar 5.2 Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas	68



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) pada umumnya dalam sektor usaha dan perusahaan bisnis memberikan dampak dan pengaruh perekonomian di Indonesia. Perkembangan ekonomi di Indonesia saat ini menyebabkan persaingan diberbagai sektor usaha diantaranya adalah sektor kuliner. Akibat persaingan bisnis yang semakin ketat, membuat pelaku usaha harus inovatif dan kreatif dalam mempertahankan usaha nya terutama dengan gaya hidup dan teknologi yang saat ini semakin mengikuti zaman. Hal ini menyebabkan para pelaku usaha mampu menciptakan strategi yang tepat untuk menghadapi persaingan terutama bisnis kuliner. Bisnis kuliner merupakan salah satu pilihan para pembisnis karena memiliki perkembangan yang baik. Beragam bisnis kuliner yang bisa ditemui di Indonesia seperti, warung, restoran, kafe, toko oleh-oleh, dan berbagai jenis waralaba lain didalam bisnis kuliner.

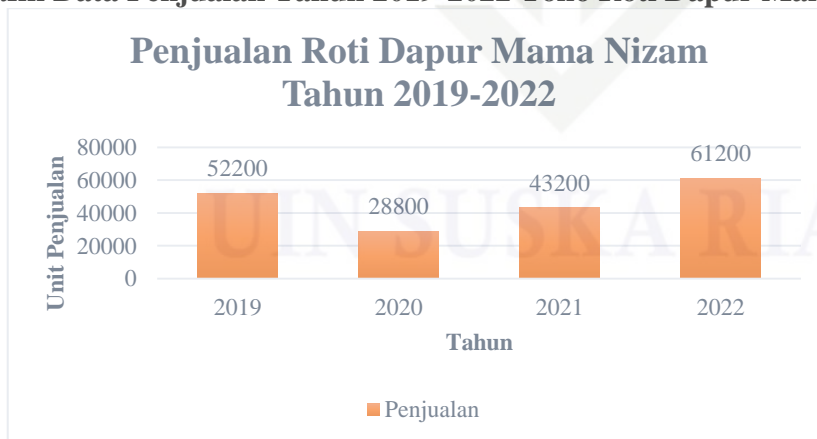
Bisnis kuliner yang menjanjikan yang disukai semua lapisan masyarakat salah satunya yaitu bisnis roti, karena bahan baku yang mudah didapatkan dan minat masyarakat pada makanan sejenis roti maupun kue juga terus mengalami peningkatan. Di Indonesia banyak ditemui bisnis roti mulai dari yang berskala kecil, menengah dan industry besar. Meskipun bisnis kuliner ini semakin ketat, tetapi para pembisnis tidak menyerah untuk mengembangkan bisnisnya.

Salah satu bisnis dibidang kuliner yang ada dan berkembang di Siak Sri Indrapura adalah Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam yang

berlokasi di jalan Raja Kecil, Kelurahan Kampung Dalam, Kabupaten Siak Sri Indrapura. Didirikan oleh Syarifah Kemala pada tahun 2017, yang awalnya hanya sekedar hobi memasak hingga sekarang menjadi suatu usaha yang telah memproduksi lebih dari 100 jenis kue kering dan basah dengan produk unggulan antara lain donat paha ayam, pizza mini, brownies, dan cheesecake. Dalam pengolahan dan pelayanan Dapur Mama Nizam memiliki 8 orang karyawan yang membantu setiap harinya. Selain Dapur Mama Nizam, di Siak juga terdapat beberapa toko roti diantaranya yaitu Aroma Bakery, Aneka Kue Ananda, Toko Roti MG, Gerai Oleh-oleh Kering, dan Toko Oleh-oleh Siak Donat Istana. (Sumber: Owner Dapur Mama Nizam).

Semakin bertambahnya pesaing industri yang sama, maka semakin banyak pilihan konsumen untuk datang dan melakukan pembelian pada produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Dapur Mama Nizam tidak pernah menyerah untuk mengembangkan usahanya dengan membuat strategi agar penjualannya terus meningkat. Dapat dilihat data penjualan dibawah ini:

Gambar 1.2
Grafik Data Penjualan Tahun 2019-2022 Toko Roti Dapur Mama Nizam



Sumber: Toko Dapur Mama Nizam, 2023

- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan pra survei yang peneliti lakukan pada owner toko Dapur Mama Nizam didapat data penjualan diatas dari tahun 2019-2022 mengalami fluktuasi kenaikan dan penurunan. Dapat diliat penurunan yang paling berarti pada tahun 2020 sebanyak 28.800 unit penjualan yang sebelumnya pada tahun 2019 sebanyak 52.200 unit penjualan. Pada tahun 2021 penjualan mengalami kenaikan sebanyak 43.200 unit penjualan dan pada tahun 2022 penjualan semakin membaik dan meningkat menjadi 61.200 unit penjualan. Sehingga dapat dikatakan bahwa keputusan pembelian konsumen di toko Dapur Mama Nizam cenderung tidak stabil. Pemilik toko roti Dapur Mama Nizam harus memiliki strategi yang baik dalam mempertahankan usahanya dan menempatkan posisi pangsa pasar.

Banyaknya pilihan toko yang ada, konsumen mempertimbangkan harapan dan kriteria pilihannya sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya untuk melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian berdasarkan pendapat **Kotler (2015)** adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk melakukan pembelian ataupun tidak terhadap suatu produk. Dimana sebelumnya konsumen melakukan sebuah proses agar dapat memecahkan masalahnya menuju pada keputusan pembelian untuk mengenali masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan menganalisa seberapa baik alternative tersebut, **Tjiptono (2014)**. Harapan konsumen harus dapat dipengaruhi sehingga menimbulkan tindakan untuk membeli.

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor *store atmosphere*. Berdasarkan pendapat **Berman dan Evan (2014)**, *store atmosphere* adalah suasana pada tampilan toko untuk menarik konsumen agar melakukan pembelian

dan dapat meningkatkan citra toko. Suasana yang nyaman dan menarik membuat konsumen tertarik dan agar lebih diingat dibenak konsumen. Suasana pada toko Dapur Mama Nizam memberikan warna yang identik dengan serba serbi warna pink pada toko yang membuat toko semakin diingat dibenak konsumen dan sekaligus toko tersebut menyediakan ruang tunggu dan tempat foto untuk menarik perhatian konsumen agar mendapatkan pengalaman yang berbeda yang tidak ditemui pada toko lain. Bukan hanya dengan sekedar produknya saja, tetapi juga dengan memfokuskan pada efek suasana pada toko untuk menarik perhatian konsumen dan menambah efek emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan pembelian. Dapat dilihat tabel fenomena *store atmosphere* dibawah ini:

Tabel 1.1
Fenomena Store Atmosphere Dapur Mama Nizam

No.	Store Atmosphere	Bukti Fisik Toko Roti Dapur Mama Nizam
1.	Store Eksterior	
	Pemasangan logo toko yang didesain bagus dengan spanduk ukuran yang besar. Hal itu memunculkan keunikan pada identitas sebuah toko.	
	Lahan parkir yang luas untuk memudahkan konsumen memarkirkan kendaraan.	
	General Interior	

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>	<p>Pemilihan warna pink pada dinding bangunan toko dengan pencahayaan yang terlihat terang.</p>	
<p>State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau</p>	<p>Pendingin ruangan dengan kipas yang memadai membuat konsumen nyaman dan tidak merasakan panas.</p>	
<p>State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau</p>	<p>Penambahan ruang tunggu dan spot untuk berfoto menarik perhatian konsumen.</p>	
<p>State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau</p>	<p>Store Layout</p> <p>Perencanaan dan penataan rak pada toko yang tersusun rapi dengan arus lalu lintas berbelanja dengan baik.</p>	
<p>State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau</p>	<p>Interior Display</p> <p>Penataan produk yang baik berdasarkan jenis dan kategori</p>	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>	<p>membuat konsumen tidak kesulitan dalam memilih produk yang ditawarkan toko.</p>	
<p>Suska Riau</p>	<p>Pemasangan label harga pada produk memudahkan konsumen untuk mengetahui informasi dari setiap harga produk yang di pajang.</p>	

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

Selain itu keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh faktor variasi produk. Variasi produk atau keragaman produk menurut **Kotler dan Armstrong (2018)** merupakan kumpulan dari beberapa jenis produk yang ditawarkan kepada konsumen. Dapur Mama Nizam menyediakan produk yang bervariasi, unik dan mengikuti perkembangan makanan agar dapat memenuhi karakteristik dan keinginan dari konsumen yang pada dasarnya mudah bosan dalam hal apapun. Dengan keberagaman produk yang ada, menarik para konsumen untuk berkunjung ke toko tersebut. Oleh karena itu, variasi produk merupakan hal penting dalam melakukan keputusan pembelian.

Lokasi toko roti Dapur Mama Nizam terletak didekat pusat keramaian kota, dekat dengan rumah sakit, sekolah, dan perkantoran. Lokasi yang sering

dilalu lalang oleh para konsumen. Dalam keputusan pembelian, lokasi juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut **Tiptono (2015)** lokasi merupakan pendistribusian yang mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk melancarkan dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dari produsen kepada konsumen.

Keputusan pembelian konsumen pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam dipengaruhi oleh beberapa faktor, berdasarkan pra survei yang dilakukan oleh peneliti pada 35 orang konsumen Dapur Mama Nizam. Adapun faktor-faktornya adalah sebagai berikut: yang pertama dipengaruhi oleh faktor *Store atmosphere*, yang dibuktikan oleh penelitian **Nasution, dkk (2022)** yang menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin baik suasana toko maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan toko. Selanjutnya keputusan pembelian yang kedua dipengaruhi oleh faktor variasi produk, yang didasari oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh **Cesilia dan Ekowati (2022)** bahwa variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Yang artinya semakin beragam produk yang ditawarkan maka semakin tinggi tingkat keputusan pembelian pada produk yang ditawarkan pada toko. Kemudian yang ketiga dipengaruhi oleh faktor Lokasi. Hal ini berdasarkan hasil penelitian **Hakim (2019)** yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dimana semakin strategis lokasi suatu toko maka semakin tinggi keputusan untuk melakukan pembelian produk atau barang yang ditawarkan pada toko. Begitu

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebaliknya, semakin tidak strategis lokasi suatu toko maka semakin sedikit keputusan yang diambil untuk membeli produk yang ditawarkan toko.

Lokasi menjadi salah satu hal penting dalam kelangsungan bisnis. Penentuan lokasi yang strategis diperlukan agar bisnis dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Lokasi yang mudah dijangkau konsumen yang menjadi titik kesuksesan bisnis. Apalagi letak lokasi beberapa toko roti yang ada di Siak tidak terlalu jauh dengan Dapur Mama Nizam. Hal itu dapat dilihat pada table:

Tabel 1.2
Lokasi Toko Roti Sekitar Siak Sri Indrapura

TOKO ROTI	ALAMAT
Dapur Mama Nizam	Jl. Raja Kecik No. Kelurahan, Kp. Dalam, Kec. Siak, Kab. Siak
Aroma Bakery	Jl. Raja Kecik No. Kelurahan, Kp. Dalam, Kec. Siak, Kab. Siak
Aneka Kue Ananda	Jl. Dr. Soetomo No. Kelurahan, Kp. Dalam, Kec. Siak, Kab. Siak

Sumber: Data Primer, 2022

Mengingat letak toko roti Dapur Mama Nizam yang tidak berjauhan, tetapi Dapur Mama Nizam mampu bersaing dan memiliki lebih banyak konsumen yang berkunjung.

Dari beberapa penelitian terdahulu yang ada, terdapat perbedaan pada jumlah variabel terhadap keputusan pembelian pada toko roti, penelitian sekarang menggunakan variabel yang lebih lengkap. Maka berdasarkan fenomena tersebut datas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH STORE ATMOSPHERE, VARIASI PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ROTI DAN OLEH-OLEH KHAS SIAK DAPUR MAMA NIZAM SIAK SRI INDRAPURA”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pada penelitian, dapat di simpulkan rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *store atmosphere* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura?

2. Apakah variasi produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura?

3. Apakah lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura?

4. Apakah *store atmosphere*, variasi produk dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura?

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura

2. Untuk mengetahui pengaruh variasi produk secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura

4. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, variasi produk dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura

1.4 Manfaat Penulisan

Bagi penulis

Hasil penelitian ini akan menjadi pengalaman dan pengetahuan yang baru tentang pengaruh *store atmosphere*, variasi produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini akan dijadikan sebagai referensi dan masukan sebagai upaya dalam peningkatan bisnis, serta menilai sejauh mana pengaruh *store atmosphere*, variasi produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura.

3. Bagi universitas

Hasil penelitian ini dapat di gunakan sebagai referensi untuk peneliti berikutnya yang meneliti hal yang serupa atau hal yang berkaitan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.5 Sistematika Penulisan

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun sistematika penulisan ini yang akan dibahas dalam 6 bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan bab yang akan menguraikan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang ada hubungannya dengan penelitian, hipotesis, kerangka berpikir, variabel penelitian dan penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian ini berisi tentang lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, pengukuran variabel dan teknis analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang sejarah singkat tempat penelitian, struktur organisasi.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan membahas hasil penelitian tentang pengaruh *store atmosphere*, variasi produk dan lokasi

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terhadap keputusan pembelian pada toko roti dan oleh-oleh khas Siak Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi kesimpulan, saran dan daftar pustaka yang diharapkan dapat bermanfaat dalam membantu manajemen perusahaan.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pemasaran

2.1.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran atau *marketing* berasal dari kata *market* atau pasar. Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang melakukan pertukaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Pemasaran merupakan kegiatan yang berhubungan dengan arus barang dari produsen ke konsumen.

Menurut **Kotler dan Armstrong (2008:6)** dalam **Muhammad Taufik Widodo (2018)** pemasaran adalah sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Dapat disimpulkan bahwa kegiatan pemasaran itu adalah payung panduan bagi setiap aktivitas yang ada pada seluruh organisasi perusahaan.

2.2 Manajemen Pemasaran

2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan kegiatan mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan, serta mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan agar dapat lebih berkembang serta dapat menciptakan kepuasan konsumen ataupun pelanggan, dengan cara membangun hubungan timbal balik yang baik antara perusahaan dengan karyawan.

Manajemen pemasaran menurut **Tjiptono (2016)** secara menyeluruh adalah tentang upaya perusahaan dalam menjalankan bisnis mulai dari

mempersiapkan, menentukan melakukan pendistribusian produk, jasa dan berbagai gagasan guna untuk memenuhi kebutuhan pasar, sedangkan menurut **Kotler dan Armstrong (2012)** manajemen pemasaran adalah serangkaian proses yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan suatu nilai bagi konsumen dan membangun hubungan yang kuat dengan konsumen agar tercipta suatu nilai dari konsumen tersebut.

2.3 Perilaku Konsumen

2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen menurut **Tjiptono (2014)** adalah perilaku yang diperhatikan konsumen untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan mengabaikan produk jasa atau ide yang diharapkan agar dapat memuaskan kebutuhan konsumen dari mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan, sedangkan perilaku konsumen menurut **Khodijah (2012)** adalah tindakan langsung dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk atau jasa dan didahului dengan proses kegiatan keputusan yang kemudian menyusul kegiatan ini.

2.4 Keputusan Pembelian

2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian menurut **Kotler (2015)** adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk melakukan pembelian ataupun tidak terhadap suatu produk. Keputusan pembelian merupakan suatu proses dalam pengambilan sebuah keputusan dimana konsumen benar-benar melakukan pembelian, **Kotler dan Armstrong (2018)**.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

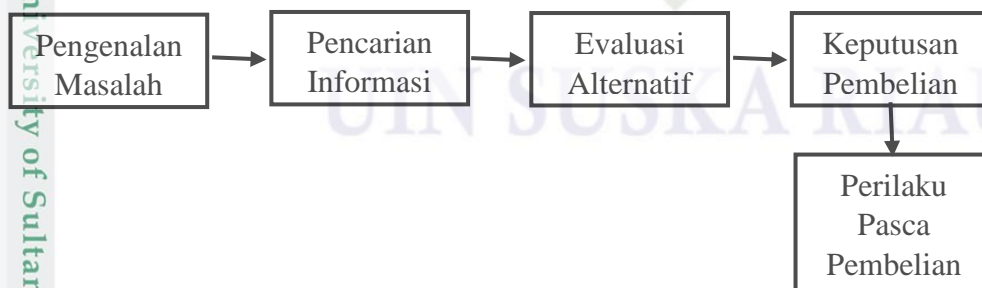
Keputusan pembelian menurut **Swastha (2015)** yaitu sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu produk atau barang dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Dan pendapat lain menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan menganalisa seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah pada keputusan pembelian. Maka pembisnis harus teliti dalam mengambil strategi agar konsumen tertarik dan melakukan pembelian, **Tjiptono (2014)**.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah perilaku membeli barang atau jasa yang dilakukan konsumen akhir setelah memilih dari berbagai alternative untuk dipilih salah satu diantara pilihan tersebut.

2.4.2 Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian

Adapula tahapan keputusan pembelian yang terdiri dari beberapa urutan yaitu: Pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Gambar 2.1 Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian



Sumber: Kotler dan Keller (2016)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tahapan diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Tahap pengenalan masalah, merupakan proses pembelian yang dimulai saat pembeli mengenali adanya sebuah masalah atau kebutuhan.
2. Tahap pencarian informasi, konsumen terdorong untuk mencari informasi lebih banyak yang berkaitan dengan keberadaan produk yang diinginkannya. Bisa melalui iklan, brosur, informasi dari teman, atau mendatangi langsung ke tokonya.
3. Tahap evaluasi alternatif, konsumen melakukan penilaian dan menyeleksi pada alternatif-alternatif informasi produk yang diperoleh berdasarkan kesadaran dari konsumen.
4. Keputusan pembelian, tahapan ini konsumen memperoleh alternatif yang membentuk preferensi pada produk-produk pilihan dan membentuk niat untuk membeli produk yang paling memberikan kelebihan sesuai kebutuhan dengan mempertimbangkan keputusannya.
5. Perilaku pasca pembelian, merupakan tahap setelah konsumen membeli produk, dimana konsumen merasakan atau mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen selanjutnya.

2.4.3 Faktor-faktor Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis dari pembeli. Berikut faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen menurut **Kotler dan Keller (2012)** yaitu terdiri dari:

Tabel 2.1

Faktor-faktor Keputusan Pembelian

BUDAYA	SOSIAL	PRIBADI	PSIKOLOGI
Kepercayaan Kebiasaan Keinginan Kelas Sosial	1. Kelompok Acuan 2. Keluarga 3. Status Sosial 4. Peran	1. Pekerjaan 2. Situasi Ekonomi 3. Gaya Hidup 4. Konsep Diri 5. Siklus Hidup	1. Motivasi 2. Persepsi 3. Pembelajaran 4. Sikap 5. Perhatian

Sumber: Kotler dan Keller, 2012

Penjelasan:

a. Faktor Budaya

Budaya merupakan peran penting dalam membentuk perilaku pembelian konsumen karena menyangkut segala aspek kehidupan manusia. Menurut **Kotler dan Armstrong (2012)** kebudayaan merupakan sebagai seperangkat nilai-nilai, kepercayaan, kebiasaan, keinginan, dan perilaku yang dipelajari masyarakat sekitar, keluarga atau lembaga formal lainnya sebagai pedoman perilaku. Pemasar harus memahami faktor kebudayaan yang dapat mempengaruhi konsumen seperti budaya, sub-budaya, dan kelas sosial.

b. Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang mempengaruhi seorang individu untuk mengikuti kebiasaannya. Faktor sosial menurut **Kotler dan Keller (2012)** seperti kelompok sosial, keluarga, serta peranan dan status sosial merupakan aspek eksternal yang menstimulasi keputusan pembelian konsumen.

c. Faktor kepribadian

Menurut **Kotler dan Keller (2012)**, keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik dari seorang individu, seperti usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Faktor psikologi

Psikologi merupakan sikap, persepsi, dan perilaku individu yang diperoleh dari pengalaman subjektif seseorang. Pada proses keputusan pembelian terdapat empat faktor internal yang dapat mempengaruhi konsumen yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap, **Kotler dan Keller (2012)**. Keputusan pembelian dalam hal ini merupakan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan penjual.

2.4.4 Indikator Keputusan Pembelian

Adapun indikator keputusan pembelian menurut **Kotler dan Keller (2012)** yaitu sebagai berikut:

1. Kemantapan pada sebuah produk. Produknya sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.
2. Kebiasaan dalam membeli.
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain
4. Melakukan pembelian ulang.

2.5 *Store Atmosphere*

2.5.1 Pengertian *Store Atmosphere*

Store atmosphere menurut **Berman dan Evan (2014)** adalah suasana pada tampilan toko untuk menarik konsumen agar melakukan pembelian dan dapat meningkatkan citra toko, sedangkan menurut **Utami (2010)** *store atmosphere* merupakan elemen penting dalam marketing mix yang dapat mempengaruhi tindakan keputusan pembelian pada konsumen, karena keputusan pembelian pada

konsumen tidak hanya memberi respon pada barang yang ditawarkan saja, tetapi juga memberi respon pada lingkungan toko.

Menurut pendapat **Kotler dan Keller (2013)** *store atmosphere* merupakan unsur lain yang dimiliki toko sebagai senjata. Toko memiliki tata letak fisik yang memudahkan dan menyulitkan para konsumen untuk berputar-putar didalamnya dan juga memiliki penampilan yang berbeda. Toko juga harus disusun sesuai rencana pasar sasaran yang dapat menarik konsumen untuk melakukan tindakan pembelian pada produk. Pendapat lain menjelaskan bahwa *store atmosphere* merupakan langkah dalam mengatur bentuk bangunan, dalam ruangan, bentuk ruangan, lorong ruangan, bentuk karpet dan dinding, aroma, warna, model dan suara yang didengar para pelanggan untuk memberikan pengaruh dan kesan tertentu, **Mowen dan Minor dalam (Ratnasari, 2015)**.

Menurut **Purwaningsih dalam (Awanda, 2018)** *store atmosphere* adalah suatu karakteristik fisik pada toko yang sangat penting bagi setiap bisnis, bertujuan untuk menciptakan suasana yang nyaman sesuai keinginan konsumen dan sehingga konsumen ingin berlama-lama di dalam toko dan akan mempengaruhi konsumen melakukan pembelian.

2.5.2 Indikator *Store Atmosphere*

Adapun indikator *store atmosphere* menurut **Berman dan Evan (2014)** yaitu sebagai berikut:

- a. *Store eksterior* (bagian luar toko)

Eksterior meliputi keseluruhan pada bangunan fisik yang dapat dilihat dari bentuk bangunan, pintu masuk, papan nama toko, tampilan pajangan,

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

warna toko, area sekitar dan tempat parkir. Desain pada bagian luar toko merupakan peran penting bagi konsumen yang akan datang.

b. *General interior* (bagian dalam toko)

Interior toko adalah estetika dan perancangan pada suasana ruang dalam toko yang dapat mempengaruhi perasaan dan pandangan konsumen, seperti pencahayaan, dekorasi, warna, musik, aroma, kebersihan dan karyawan. General interior sangat penting demi kenyamanan konsumen yang sedang berbelanja.

c. *Store layout* (tata letak toko)

Tata letak toko merupakan pengaturan secara fisik untuk memudahkan konsumen, membantu menempatkan produk yang ditawarkan dan membantu menciptakan suasana khusus. Tata letak toko dapat mempengaruhi reaksi konsumen dan melakukan tindakan keputusan pembelian.

d. *Interior display* (penataan pajangan)

Penataan pajangan yang digunakan untuk meningkatkan mood dan sensitive konsumen untuk mempengaruhi suasana lingkungan toko dan melayani dalam promosi besar.

2.6 Variasi Produk

2.6.1 Pengertian Variasi Produk

Variasi produk atau keragaman produk menurut **Kotler dan Armstrong (2018)** merupakan kumpulan dari beberapa jenis produk yang ditawarkan kepada konsumen, sedangkan menurut **Faroh (2019)** variasi produk adalah proses dalam

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menciptakan suatu produk yang beragam baik dari ukuran, harga maupun tampilannya, dan perusahaan perlu mengembangkan variasi secara terus menerus seiring dengan perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen yang senantiasa berubah.

Variasi produk merupakan produk yang cocok dipilih apabila produsen bermaksud memanfaatkan fleksibilitas produk sebagai strategi bersaing dengan para produsen seperti produk-produk standar, hal tersebut dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, dan penampilan, **Effendi (2018)**.

2.6.2 Indikator Variasi Produk

Adapun indikator variasi produk yang disebutkan oleh **Kotler dan Keller (2012)** secara detail berupa variasi ukuran, harga, penampilan dan keragaman produk untuk mengukur variasi produk pada toko oleh-oleh Dapur mama nizam di Siak Sri Indrapura sebagai berikut:

1. Ukuran

Ukuran didefinisikan sebagai bentuk, model, atau struktur fisik dari suatu produk yang dilihat dengan nyata dan dapat diukur. Produsen dapat membuat variasi ukuran dari produk tertentu baik dari ukuran yang kecil maupun yang besar.

2. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang mempunyai nilai tukar untuk memperoleh keuntungan dari menggunakan suatu produk. Pertimbangan konsumen untuk melakukan pembelian, seperti ukuran. Harga jika disesuaikan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan ukuran, maka hal tersebut juga bermanfaat bagi konsumen untuk memilih ukuran serta harga yang sesuai dengan kebutuhan.

3. Tampilan

Tampilan adalah segala sesuatu yang ditampilkan produk tersebut. Tampilan merupakan daya Tarik produk yang dilihat secara langsung oleh konsumen yang bersifat menarik konsumen, seperti kemasan pada produk. Tampilan produk menjadi indikator utama sebagai daya tarik awal yang bisa seorang konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian pada suatu produk, kesan awal bisa menjadi pengaruh besar bagi konsumen terhadap suatu produk yang di tawarkan.

4. Keragaman Produk

Merupakan banyaknya macam produk yang tersedia pada toko yang membuat para konsumen semakin tertarik untuk melakukan keputusan pembelian pada toko tersebut, seperti kelengkapan pada produk yang ditawarkan konsumen.

2.7 Lokasi

2.7.1 Pengertian Lokasi

Lokasi menurut **Kotler dan Armstrong (2018)** adalah tempat untuk didirikan sebuah usaha yang menyediakan produk pada konsumen sasaran, sedangkan menurut **Lupiyoadi dan Hamdani (2011)** menyatakan bahwa lokasi adalah keputusan perusahaan untuk ditempatkannya operasi penjualan dan karyawannya disuatu tempat.

Menurut pendapat **Tjiptono (2016)** lokasi merupakan pendistribusian yang mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk melancarkan

dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dari produsen kepada konsumen.

Dapat disimpulkan bahwa lokasi merupakan suatu keputusan perusahaan untuk menentukan tempat usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya dan mendistribusikan barang kepada konsumen. Dalam hal ini pentingnya lokasi yang strategis bagi perusahaan sangat mempengaruhi keputusan sasaran pada pasar dalam menentukan keputusan pembelian.

2.7.2 Indikator Lokasi

Adapun indikator lokasi menurut **Tjiptono (2016)** yaitu sebagai berikut:

1. Akses. Kemudahan akses perusahaan dalam melakukan kegiatan jual beli, misalnya lokasi yang mudah dilalui dan dijangkau oleh berbagai transportasi yang menjadi pendorong untuk melakukan keputusan pembelian.
2. Visibilitas. Lokasi atau tempat yang mudah dilihat, dikenal, dan diingat konsumen yang menjadi pendorong dari kepuasan konsumen.
3. Lalu lintas (*traffic*). Ada dua pertimbangan utama yaitu:
 - a. Semakin banyak orang yang berlalu lalang, maka dapat memberikan peluang besar pada pembelian, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi secara spontan dan tanpa perencanaan.
 - b. Kepadatan dan kemacetan dapat dijadikan peluang sebagai tempat periklanan toko.
4. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman bagi kendaraan roda dua dan empat.

5. Lingkungan, yaitu suasana sekitar yang mendukung produk yang di tawarkan dengan sebaik mungkin. Misalnya dekat dengan daerah rumah sakit, sekolah, perkantoran, dan sebagainya.
6. Ekspansi adalah titik lokasi, yang merupakan lokasi yang tepat, strategis dan memiliki prospek yang bagus untuk kedepannya.

2. Pandangan Islam Tentang Keputusan Pembelian

Dalam Islam, proses dalam pengambilan keputusan diterangkan dalam beberapa ayat Al-Qur'an yang bersifat umum yang bisa diterapkan dalam kegiatan sehari-hari. Konsep pengambilan keputusan dalam Islam lebih ditekankan pada sikap adil, misalnya sikap hakim yang harus tegas dan adil dalam memutuskan suatu perkara peradilan. Dijelaskan dalam surah Al-Imran ayat 159 sebagai berikut:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Selain itu, didalam Al-Qur'an dijelaskan tentang sikap hati-hati dalam menerima informasi seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Hujarat Ayat 6 yaitu sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصِبُوا
عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ تَدْمِينٌ

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.

Dari ayat tersebut dapat diketahui bahwa sebagai umat Muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima berita atau informasi yang tidak diketahui tentang informasi tersebut dan sebaiknya cari tau dan teliti terlebih dahulu sebelum menyesal dikemudian hari. Begitu pula dengan tindakan pengambilan keputusan dalam pembelian suatu produk harus mencari informasi tentang produk tersebut, dengan tahapan mulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pemilihan alternative, pengambilan keputusan dan perilaku pasca pembelian.

2.9 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang peneliti jadikan pedoman serta perbandingan dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama (Tahun)	Judul penelitian	Persamaan	Hasil penelitian
1.	Nasution, dkk. (2022) Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini Vol.13 No.01	Keputusan Pembelian Pada Toko Roti Hendyh's Brownies Berdasarkan Brand Image dan <i>Store Atmosphere</i>	Sama-sama menggunakan <i>store atmosphere</i> sebagai variable independent (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel dependent (Y)	Menyatakan bahwa <i>store atmosphere</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2.	Harmazi dan Trihudiyatmanto (2022) Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah	<i>Store Atmosphere</i> dalam Dimensi dan Pengaruhnya terhadap Minat Beli Konsumen (Studi kasus pada Toko Roti Tiga Saudara Snack & Bakery di Pati)	Sama-sama menggunakan <i>store atmosphere</i> sebagai variabel independent (X) dan minat beli sebagai variabel dependent (Y)	Menyatakan bahwa <i>store atmosphere</i> berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen di Toko Roti Tiga Saudara Snack & Bakery.
3.	Pasaribu (2020) Jurnal Manajerial Vol.12, No.2	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran De'Cost Giant Pemulang Square Tangerang Selatan.	Sama-sama menggunakan <i>store atmosphere</i> sebagai variabel independent (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel dependent (Y)	Menyatakan bahwa <i>store atmosphere</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada restoran De'Cost Giant Pemulang Square.
4.	Apriliani, dkk. (2022) Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol.11, No.2	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> dan Keberagaman Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Susu Moeria Café di Kabupaten Kudus).	Sama-sama menggunakan <i>store atmosphere</i> dan keberagaman produk sebagai variable independent (X) dan keputusan	Menyatakan bahwa <i>store atmosphere</i> dan keberagaman produk secara simultan berpengaruh

© Hak cipta milik UIN Suska Riau			pembelian sebagai variabel dependent (Y)	signifikan, kuat dan positif terhadap keputusan pembelian.
	Waluyo, dkk. (2023) Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI) Vol.3 No.1	Pengaruh Varian Produk dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum di Kota Langsa.	Sama-sama menggunakan variasi produk sebagai variabel independent (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel dependent (Y)	Menyatakan bahwa hasil pengujian variasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Teh Pucuk Harum di Kota Langsa.
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	Cesilia dan Ekowati (2022) Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS) Vol.3, No.2	Pengaruh Variasi Produk Kue dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli pada Toko Tata Bakery Cabang Lingkar Barat Kota Bengkulu.	Sama-sama menggunakan variasi produk sebagai variabel independent (X) dan minat beli sebagai variabel dependent (Y)	Menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara variasi produk terhadap minat beli pada Toko Tata Bakery Cabang Lingkar Barat Kota Bengkulu.
	Faroh (2019) Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.2, No.3	Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan di Portal Network Six Store Cabang Depok 2018.	Sama-sama menggunakan variasi produk sebagai variabel independent (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel dependent (Y)	Menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara variasi produk terhadap keputusan pembelian.
	Hakim (2019) Jurnal Bisnis dan	Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada	Sama-sama menggunakan lokasi sebagai variabel	Menyatakan bahwa lokasi secara parsial

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau	Manajemen Vol.1, No.3	Konsumen Toko Roti Modern Bakery Cukir Jombang).	independent (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel dependent (Y)	berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Roti Modern Bakery Cukir Jombang.
UIN Suska Riau	Agustina, dkk. (2020) Jurnal Riset dan Ekonomi Vol.1, No.2	Pengaruh Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng (Studi Kasus pada Konsumen Top Swalayan Pare Kediri).	Sama-sama menggunakan Variasi produk sebagai variabel independent (X) dan Keputusan pembelian sebagai variabel dependent (Y)	Menyatakan bahwa variabel variasi produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada minyak goreng bimoli di Top Swalayan Pare Kediri.
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	10. Sapuri dan Amron (2022) Jurnal manajemen dan bisnis Vol.1, No.2	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> , Lokasi dan Keberagaman Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Apotek Gondang Watumalang Wonosobo).	Sama-sama menggunakan <i>store atmosphere</i> , lokasi, keberagaman produk sebagai variable independent (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel dependent (Y)	Menyatakan bahwa <i>store atmosphere</i> , lokasi, dan keberagaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Sumber: Hasil Penelitian Terdahulu

2.10 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu

yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah:

2.10.1 Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel *independent* merupakan variabel yang menjadi sebab terjadinya perubahan atau pengaruh variabel terikat (*dependent*). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

- a. *Store atmosphere* = X1
- b. Variasi Produk = X2
- c. Lokasi = X3

2.10.2 Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel *dependent* merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*independent*). variabel terikat dalam penelitian ini adalah pengaruh keputusan pembelian pada Toko Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam di Siak Sri Indrapura yaitu: (Y)

2.10.3 Konsep Operasional Variabel Penelitian

Tabel 2.3
Definisi Konsep Operasional Variabel

No	Variable	Defenisi	Indicator	Skala
	<i>Store atmosphere</i> (X ₁)	<i>Store atmosphere</i> adalah suasana pada tampilan toko untuk menarik konsumen agar melakukan pembelian dan dapat meningkatkan citra toko. Berman dan Evan (2014)	1. Store Eksterior 2. General Interior 3. Store Layout 4. Interior Display Berman dan Evan (2014)	Skala likert
	Variasi produk (X ₂)	Variasi produk atau keragaman produk merupakan kumpulan dari beberapa jenis produk yang ditawarkan kepada konsumen. Kotler dan Armstrong	1. Ukuran 2. Harga 3. Tampilan 4. Keragaman Produk	Skala likert

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau		(2018)	Kotler dan Keller (2012)	
	Lokasi (X ₃)	Lokasi merupakan pendistribusian yang mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk melancarkan dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dari produsen kepada konsumen. Tjiptono (2016)	1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalulintas (<i>traffic</i>) 4. Tempat parkir 5. Ekspansi 6. Lingkungan Tjiptono (2016)	Skala likert
	Keputusan pembelian (Y)	Keputusan Pembelian adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk melakukan pembelian ataupun tidak terhadap suatu produk. Kotler (2015)	1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi pada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang. Kotler dan Keller (2012)	Skala likert

2.11 Hipotesis Penelitian

Menurut **Sugiyono (2019)** hipotesis adalah dugaan atau pernyataan sementara yang di gunakan untuk menyelesaikan suau permasalahan dalam penelitian yang kebenarannya harus di uji berdasarkan pengalaman. Dikatakan sementara karena jawaban yang di berikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta – fakta empiris yang di peroleh melalui pengumpulan data, jadi hipotesis dapat dikatakan sebagai rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu seperti yang di uraikan di atas, maka hipotesis yang di kembangkan dalam penelitian ini adalah.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

H_0 : Diduga tidak terdapat pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam di Siak Sri Indrapura

H_1 : Diduga terdapat pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam di Siak Sri Indrapura

H_0 : Diduga tidak terdapat pengaruh variasi produk terhadap terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam di Siak Sri Indrapura

H_2 : Diduga terdapat pengaruh variasi produk keputusan pembelian pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam di Siak Sri Indrapura

H_0 : Diduga tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam di Siak Sri Indrapura

H_3 : Diduga terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam di Siak Sri Indrapura

H_0 : Diduga tidak terdapat pengaruh *store atmosphere*, variasi produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam di Siak Sri Indrapura

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

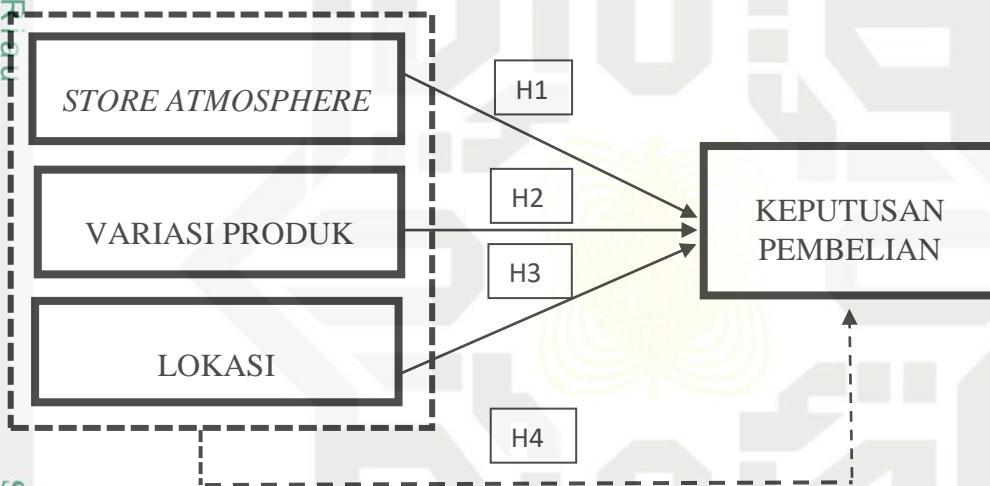
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

H₄ : Diduga terdapat pengaruh *store atmosphere*, varian produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam di Siak Sri Indrapura.

2.12 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2019) kerangka pemikiran adalah paduan terkait hubungan antar variabel yang tersusun dari berbagai teori yang sudah dideskripsikan, kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir



Sumber: Diolah peneliti, 2023

Keterangan:

- : Pengaruh secara parsial
- - - - -> : Pengaruh secara simultan

- X₁ : *Store Atmosphere*
- X₂ : Variasi Produk
- X₃ : Lokasi
- Y : Keputusan Pembelian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi pada penelitian ini dilakukan pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam di Siak Sri Indrapura. Penelitian ini dimulai pada bulan Maret - Mei 2023.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data yang berupa penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut **Sugiyono (2019)** digambarkan sebagai pedoman penelitian yang didasarkan pada filosofi positivistik serta dimanfaatkan dalam meneliti populasi maupun sampel tertentu. Cara memperoleh sampel biasanya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument (alat) penelitian, serta analisis data bersifat kuantitatif/statistik guna melakukan uji pada hipotesis yang telah dirumuskan.

3.2.2 Sumber Data

Data yang dibutuhkan untuk analisa penelitian ini dikumpulkan dari sumber data primer dan sekunder dengan ketentuan sebagai berikut:

Data Primer

Menurut **Sugiyono (2019)** data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Artinya data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri secara langsung oleh peneliti melalui sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data primer didapatkan dengan menggunakan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kuisisioner yang diisi oleh responden melalui kuisisioner yang berisi pertanyaan atau pernyataan tentang hal yang berkaitan dengan *store atmosphere*, variasi produk dan lokasi dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam.

Data Skunder

Menurut **Sugiyono (2019)** data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder adalah data yang sudah ada sebagai hasil penelitian orang namun perlu dianalisis kembali sebagai pelengkap terhadap data primer atau objek yang diteliti. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber tertulis seperti artikel, tulisan ilmiah, maupun keterangan yang diperoleh dari buku dan maupun internet.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode kuisisioner (angket). Menurut **Sugiyono (2019)** kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan suatu pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab dalam bentuk google form. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang dapat diharapkan dari responden pada toko roti dan oleh-oleh khas Siak Dapur Mama Nizam.

3.4 Skala Pengukuran

Kuisisioner dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran (*rating scale*) dengan skala *likert*. Menurut **Sugiyono (2019)** skala *likert* digunakan untuk

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengukur *store atmosphere*, variasi produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam di Siak Sri Indrapura. Dimana responden diminta menjawab pertanyaan dengan bobot penilaian yang telah di tentukan sebagai berikut:

1. Sangat setuju (SS) diberikan nilai 5
2. Setuju (S) di beri nilai 4
3. Netral (N) di beri nilai 3
4. Tidak setuju (TS) diberi nilai 2
5. Sangat tidak setuju (STS) diberi nilai 1

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut **Sugiyono (2019)** populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah berbelanja lebih dari 3 kali dan yang telah berlangganan pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam di Siak Sri Indrapura pada tahun 2022-2023 dengan jumlah populasi yang belum diketahui secara pasti.

3.5.2 Sampel

Menurut **Sugiyono (2019)** sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel

yang diambil dari populasi. Terkait dengan pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dalam penelitian ini. **Sugiyono (2019)** mengatakan bahwasannya *purposive sampling* yaitu cara mengambil sampel menggunakan pertimbangan khusus. Faktor dipertimbangkan dalam penelitian ini yakni:

1. Konsumen yang pernah berbelanja lebih dari 3 kali dan yang telah berlangganan pada Toko Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam di Siak Sri Indrapura pada tahun 2022-2023.
2. Konsumen yang berumur 17-50 tahun.

Dalam penelitian ini jumlah populasi oleh peneliti belum diketahui secara pasti. Maka perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus *lemeshow*:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Nilai tabel normal dengan alpha tertentu

skor z dalam kepercayaan 95% = 1,96

P = (1-P) maksimal estimasi = 0,5

D = sampling error = 10

Persamaan diatas merupakan rumus baku apabila jumlah populasi tidak diketahui. Maka perhitungan jumlah sampel yaitu:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,05(1-0,05)}{(0,1)^2}$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$n = \frac{0,9604}{0.01} = 96,04$$

Dari hasil yang diperoleh diatas adalah 96,04 merupakan bilangan berkoma, maka dibulatkan menjadi 96. Dengan begitu jumlah sampel yang ada dalam penelitian ini berjumlah 96 orang konsumen pada toko roti Dapur Mama Nizam.

3.6 Metode Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif yang disebut sebagai analisis statistik karena dalam mengelola data menggunakan rumus-rumus statistika yang dihubungkan dengan teori yang ada kemudian ditarik kesimpulan. Untuk melihat apakah terdapat pengaruh *store atmosphere*, variasi produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam di Siak Sri Indrapura. Menurut **Sugiyono (2019)** analisis data penelitian kuantitatif di artikan sebagai analisis yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, analisis data kuantitatif atau statistik tujuannya untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.7 Uji Kualitas Data

3.7.1 Uji Validitas Data

Menurut **Ghazali (2016)** uji validitas digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hitung dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut **Ghazali (2016)** uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Metode yang digunakan *cronbach's alpha* yaitu menghitung reliabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku. Kriteria suatu instrument penelitian dikatakan *reliabel* dengan menggunakan *cronbach's alpha* bila koefisien reliabelitas besar dari 0,60 ($r > 0,60$).

3.8 Uji Asumsi Klasik

Tujuan pengujian asumsi klasik adalah untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan terbebas dari bias yang mengakibatkan hasil regresi yang diperoleh tidak valid dan akhirnya hasil regresi tersebut tidak bisa digunakan sebagai dasar untuk menguji hipotesis dan penarikan kesimpulan. Ada empat model pengujian yaitu:

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik *scatter plot*, pengambilan keputusannya adalah jika titik menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, dan sebaliknya.

3.8.2 Uji Multikolinearitas

Menurut **Ghozali (2016)** uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk menguji multikolinearitas adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factor (VIF)* yang merupakan kebalikan dari korelasi sehingga formulanya adalah sebagai berikut:

$VIF = 1 / (1 - R^2)$ dimana R^2 adalah koefisien determinasi. Apabila korelasi kecil artinya menunjukkan nilai *VIF* akan besar. Apabila $VIF < 10$ maka dianggap tidak terjadi multikolinearitas. Namun apabila $VIF > 10$ maka terjadi persoalan multikolinearitas diantara variabel bebas.

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan kepengamatan yang lainnya. Jika *variance* dan residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas, **Ghozali (2016)**. Pengujian ini dilakukan dengan melihat pola tertentu pada grafik dimana sumbu Y adalah di prediksikan dan sumbu X adalah residual. Dasar pengambilan keputusan yaitu:

1. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur maka telah terjadi Heteroskedastisitas.
2. Jika tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.9 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen jika nilai variabel independen mengalami peningkatan dan penurunan. Analisis regresi linear berganda pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yaitu *store atmosphere* (X1), variasi produk (X2), lokasi (X3) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y). Untuk menguji dalam penelitian ini digunakan program SPSS.

Adapun bentuk model yang akan datang diuji dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien persamaan regresi predictor X_1, X_2, X_3

X_1 = *Store Atmosphere*

X_2 = Variasi Produk

X_3 = Lokasi

E = Standar error

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji Secara Parsial (Uji T)

Uji secara parsial (uji T) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) secara parsial terhadap variabel dependen (Y) dengan asumsi variabel lainnya adalah konstan.

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah *store atmosphere*, variasi produk dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan $\alpha = 0,05$ atau 5%. Jika t hitung $>$ t tabel, maka terdapat pengaruh yang signifikan dari *store atmosphere*, variasi produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Adapun kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam uji ini adalah:

- a. Jika t hitung $>$ t tabel, maka terdapat pengaruh yang signifikan dari *store atmosphere*, variasi produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian.
- b. Jika t hitung $<$ t tabel, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari *store atmosphere*, variasi produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

3.10.2 Uji Secara Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen (X_1 *store atmosphere*, X_2 variasi produk, X_3 lokasi) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Y keputusan pembelian). Analisis uji F dilakukan dengan membandingkan F hitung dan F tabel dan dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai F hitung dan F table, pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,05 sebagai berikut:

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara statistik data yang digunakan membuktikan bahwa *store atmosphere*, variasi produk dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya secara statistik data yang digunakan membuktikan bahwa *store atmosphere*, variasi produk dan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang.

3.10.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut **Sugiyono (2019)** koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat. Koefisien determinan (R^2) dimaksud untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinan (R^2) antara $0 \leq R^2 \leq 1$. Kriteria untuk analisa koefisien determinasi adalah:

Jika koefisien determinasi mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent lemah.

Jika koefisien determinasi mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent kuat.

Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Karena variabel independen pada lebih dari 2, maka koefisien determinan yang digunakan adalah *Adjusted R Square*. Dari determinan (R^2) ini dapat diperoleh nilai untuk mengukur

besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam persentase.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah Kabupaten Siak

Siak adalah sebuah wilayah kabupaten di Provinsi Riau, Indonesia. Sebelumnya kawasan ini merupakan bagian dari Kesultanan Siak Sri Indrapura. Di awal kemerdekaan Indonesia, Sultan Syarif Kasim II, merupakan Sultan Siak terakhir menyatakan kerajaannya bergabung dengan negara Republik Indonesia. Kemudian wilayah ini menjadi wilayah Kewedanan Siak di bawah Kabupaten Bengkalis yang kemudian berubah status menjadi Kecamatan Siak. Pada tahun 1999 berdasarkan UU No. 53 Tahun 1999, meningkat statusnya menjadi Kabupaten Siak dengan ibu kotanya Siak Sri Indrapura.

Kerajaan Siak Sri Indrapura didirikan pada tahun 1723 M oleh Raja Kecil yang bergelar Sultan Abdul Jalil Rahmat Syah putera Raja Johor (Sultan Mahmud Syah) dengan istrinya Encik Pong, dengan pusat kerajaan berada di Buntan. Konon nama Siak berasal dari nama sejenis tumbuh-tumbuhan yaitu siak-siak yang banyak terdapat di situ.

Sebelum kerajaan siak berdiri, daerah Siak berada dibawah kekuasaan Johor. Yang memerintah dan mengawasi daerah ini adalah raja yang ditunjuk dan diangkat oleh Sultan Johor. Namun hampir 100 tahun daerah ini tidak ada yang memerintah. Daerah ini diawasi oleh Syahbandar yang ditunjuk untuk memungut cukai hasil hutan dan laut.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada awal tahun 1699 Sultan Kerajaan Johor bergelar Sultan Mahmud Syah II mangkat dibunuh Magat Sri Rama, istrinya yang bernama Encik Pong pada waktu itu sedang hamil dilarikan ke Singapura, terus ke Jambi. Dalam perjalanan itu lahirlah Raja Kecil dan kemudian dibesarkan di Kerajaan Pagaruyung Minangkabau.

Sementara itu pucuk pimpinan Kerajaan Johor diduduki oleh Datuk Bendahara tun Habib yang bergelar Sultan Abdul Jalil Riayat Syah. Setelah Raja Kecil dewasa, pada tahun 1717 Raja Kecil berhasil merebut tahta Johor. Tetapi tahun 1722 kerajaan johor tersebut direbut kembali oleh Tengku Sulaiman ipar Raja Kecil yang merupakan putra Sultan Abdul Jalil Riayat Syah.

Dalam merebut Kerajaan Johor ini, Tengku Sulaiman dibantu oleh beberapa bangsawan Bugis. Terjadilah perang saudara yang mengakibatkan kerugian yang cukup besar pada kedua belah pihak, maka akhirnya masing-masing pihak mengundurkan diri. Pihak Johor mengundurkan diri ke Pahang, dan Raja Kecil mengundurkan diri ke Bintan dan seterusnya mendirikan negeri baru di pinggir Sungai Buntan (anak Sungai Siak). Demikianlah awal berdirinya kerajaan Siak di Buntan.

Namun, pusat Kerajaan Siak tidak menetap di Buntan. Pusat kerajaan kemudian selalu berpindah-pindah dari kota Buntan pindah ke Mempura, pindah kemudian ke Senapelan Pekanbaru dan kembali lagi ke Mempura. Semasa pemerintahan Sultan Ismail dengan Sultan Assyaidis Syarif Ismail Jalil Jalaluddin (1827-1864) pusat Kerajaan Siak dipindahkan ke kota Siak Sri Indrapura dan akhirnya menetap disana sampai akhirnya masa pemerintahan Sultan Siak

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terakhir. Pada masa Sultan ke-11 yaitu Sultan Assayaidis Syarief Hasyim Abdul Jalil Syaifuddin yang memerintah pada tahun (1889-1908), dibangunlah istana yang megah terletak di kota Siak dan istana ini diberi nama Istana Asseraiyah Hasyimiah yang dibangun pada tahun 1889.

Pada masa pemerintahan Sultan Syarif Hasyim ini Siak mengalami kemajuan terutama dibidang ekonomi. Dan masa itu pula beliau berkesempatan melawat ke Eropa yaitu Jerman dan Belanda. Setelah wafat, beliau digantikan oleh putranya yang masih kecil dan sedang bersekolah di Batavia yaitu Tengku Sulung Syarif Kasim dan baru pada tahun 1915 beliau ditabalkan sebagai Sultan Siak ke-12 dengan gelar Assayaidis Syarif Kasim Abdul Jalil Syaifuddin dan terakhir terkenal dengan nama Sultan Syarif Kasim Tsani (Sultan Syarif Kasim II).

Bersamaan dengan diproklamirkannya Kemerdekaan Republik Indonesia, beliau pun mengibarkan bendera merah putih di Istana Siak dan tak lama kemudian beliau berangkat ke Jawa menemui Bung Karno dan menyatakan bergabung dengan Republik Indonesia sambil menyerahkan Mahkota Kerajaan serta uang sebesar Sepuluh Ribu Gulden. Dan sejak itu beliau meninggalkan Siak dan bermukim di Jakarta. Baru pada tahun 1960 kembali ke Siak dan mangkat di Rambai pada tahun 1968. Beliau tidak meninggalkan keturunan baik dari Permaisuri Pertama Tengku Agung maupun dari Permaisuri Kedua Tengku Maharatu.

Pada tahun 1997 Sultan Syarif Kasim II mendapat gelar Kehormatan Kepahlawanan sebagai seorang Pahlawan Nasional Republik Indonesia. Makam

Sultan Syarif Kasim II terletak ditengah Kota Siak Sri Indrapura tepatnya disamping Masjid Sultan yaitu Masjid Syahabuddin. Diawal Pemerintahan Republik Indonesia, Kabupaten Siak ini merupakan Wilayah Kewedanan Siak dibawah Kabupaten Bengkalis yang kemudian berubah status menjadi Kecamatan Siak. Barulah pada tahun 1999 berubah menjadi Kabupaten Siak dengan ibukotanya Siak Sri Indrapura berdasarkan UU No. 53 Tahun 1999.

4.1.2 Batas Wilayah Kabupaten Siak

Secara geografis Kabupaten Siak terletak pada koordinat 10 16'30" — 00 20'49" Lintang Utara dan 100 54'21"102°10'59" Bujur Timur. Secara fisik geografis memiliki kawasan pesisir pantai yang berhampiran dengan sejumlah negara tetangga dan masuk kedalam daerah segitiga pertumbuhan (growth triangle) Indonesia–Malaysia–Singapura.

Luas wilayah kabupaten Siak mencapai 8.556,09 km² dengan batas sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara dengan Kabupaten Bengkalis
- b. Sebelah Selatan dengan Kabupaten Kampar dan Kota Pekanbaru
- c. Sebelah Timur dengan Kabupaten Bengkalis dan Kabupaten Pelalawan
- d. Sebelah Barat dengan Kabupaten Bengkalis

Bentang alam Kabupaten Siak sebagian besar terdiri dari dataran rendah di bagian Timur dan sebagian dataran tinggi di sebelah barat. Pada umumnya struktur tanah terdiri dari tanah podsolik merah kuning dan batuan dan alluvial serta tanah organosol dan gley humus dalam bentuk rawa-rawa atau tanah basah. Lahan semacam ini subur untuk pengembangan pertanian, perkebunan dan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perikanan. Daerah ini beriklim tropis dengan suhu udara antara 25° - 32° Celsius, dengan kelembaban dan curah hujan cukup tinggi.

Selain dikenal dengan Sungai Siak yang membelah wilayah Kabupaten Siak, daerah ini juga terdapat banyak tasik atau danau yang tersebar di beberapa wilayah kecamatan. Sungai Siak sendiri terkenal sebagai sungai terdalam di tanah air sehingga memiliki nilai ekonomis yang tinggi, terutama sebagai sarana transportasi dan perhubungan. Namun potensi banjir diperkirakan juga terdapat pada daerah sepanjang Sungai Siak, karena morfologinya relatif datar.

Selain Sungai Siak, daerah ini juga dialiri sungai-sungai lain, yaitu: Sungai Mandau, Sungai Gasib, Sungai Apit, Sungai Tengah, Sungai Rawa, Sungai Buantan, Sungai Limau, dan Sungai Bayam. Sedangkan danau-danau yang tersebar di daerah ini adalah: Danau Ketialau, Danau Air Hitam, Danau Besi, Danau Tembatu Sonsang, Danau Pulau Besar, Danau Zamrud, Danau Pulau Bawah, Danau Pulau Atas dan Tasik Rawa.

Berdasarkan perhitungan siklus hidrologi, 15% surplus air dan curah hujan rata-rata bulanan menjadi aliran permukaan, maka memungkinkan terjadinya banjir musiman pada bulan-bulan basah. Dan analisis data curah hujan diketahui bahwa bulan basah berlangsung pada bulan Oktober hingga Desember, sedangkan bulan kering pada bulan Juni hingga Agustus. Distribusi curah hujan semakin meninggi ke arah Pegunungan Bukit Barisan di bagian barat wilayah Provinsi Riau.

4.1.3 Visi dan Misi Kabupaten Siak

Secara spesifik, penjabaran dari visi ini dirumuskan sebagai berikut:

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Masyarakat dan daerah Kabupaten Siak adalah seluruh lapisan masyarakat dan Pemerintah Kabupaten Siak yang berada di wilayah Kabupaten Siak.

Masyarakat Kabupaten Siak yang sehat, ditandai dengan tingginya tingkat kesehatan masyarakat yang prima sehingga menjadi masyarakat yang memiliki daya saing yang tinggi.

Masyarakat yang cerdas, ditandai dengan tingginya inovasi, kreativitas dan daya tanggap terhadap situasi yang ditunjang oleh tingginya derajat pendidikan.

Masyarakat yang sejahtera ditandai dengan adanya kemajuan, peningkatan pendapatan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dasar. Kondisi tersebut diukur berdasarkan peningkatan dalam Pendapatan per kapita, angka kemiskinan, indeks pemenuhan kebutuhan dasar dan crime index.

e. Kabupaten Siak yang mandiri ditandai dengan peningkatan kapasitas penalaran dan fisik manusia yang diukur berdasarkan perubahan Indeks Pembangunan Manusia (Human Development Index), yang mencakup:

- (1) Tingkat pendidikan penduduk, tingkat partisipasi sekolah, daya serap lembaga pendidikan formal, usia harapan hidup penduduk, lama hari sakit penduduk, status gizi balita, tingkat kematian bayi dan ibu hamil dan nisbah sarana kesehatan per penduduk.
- (2) Berkaitan dengan derajat otonomi fiskal, yaitu kemampuan pemerintah daerah untuk membiayai kebutuhan otonominya berdasarkan penerimaan yang berasal dari sumber-sumber keuangan asli daerah, derajat otonomi fiskal diukur berdasarkan perubahan indeks

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kemampuan rutin yaitu proporsi dan kontribusi penerimaan yang berasal dari sumber-sumber keuangan asli daerah terhadap penerimaan yang berasal dari pemerintah provinsi dan pusat.

Masyarakat yang Agamis dan Berbudaya Melayu, ditandai dengan adanya kemajuan dan peningkatan dalam kehidupan beragama, perwujudan masyarakat yang agamis dilakukan melalui implementasi nilai-nilai keislaman (sebagai agama mayoritas) dalam kehidupan kemasyarakatan dan sebagai landasan spiritual pembangunan daerah serta dengan mewujudkan budaya Melayu sebagai sarana kultural kehidupan kemasyarakatan.

50. Mewujudkan pelayanan publik terbaik dilakukan dengan mengimplementasikan standar pelayanan minimal (SPM) bidang pelayanan dasar dan perizinan, serta secara bertahap meningkatkan mutu dan standar pelayanan menjadi pelayanan prima sehingga menjadi yang terbaik di Provinsi Riau.

Misi pembangunan sebagai penjabaran dari upaya yang akan dilaksanakan untuk mewujudkan visi pembangunan Kabupaten Siak dirumuskan sebagai berikut:

Meningkatkan kualitas SDM, beriman dan bertaqwa serta berbudi pekerti yang luhur melalui pembangunan sektor pendidikan, kesehatan, kebudayaan dan keagamaan.

Mengembangkan perekonomian daerah dan masyarakat melalui pembangunan dan pengembangan sektor pariwisata, pertanian,

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perkebunan, perikanan dan peternakan, serta sektor-sektor produktif lainnya dan dengan memanfaatkan kekayaan sumber daya alam yang terbarukan.

Menanggulangi kemiskinan melalui pemberdayaan ekonomi kerakyatan, pemberdayaan perekonomian pedesaan, pembangunan sektor ketenagakerjaan serta pemerataan dan pengendalian kependudukan.

Membangun, meningkatkan dan pemeratakan pembangunan infrastruktur daerah melalui peningkatan prasarana jalan, jembatan, pelabuhan, energi listrik, pengelolaan sumber daya air, pengelolaan lingkungan, penataan ruang dan perumahan.

- e. Mengimplementasikan tata kelola pemerintah yang baik dan bersih (clean government and good governance), menerapkan Standar Pelayanan Minimal (SPM) bidang pelayanan dan perizinan dan mengoptimalkan implementasi otonomi kepala desa.

4.2 Sejarah Toko Roti Dapur Mama Nizam

Gambar 4.1 Toko Roti Dapur Mama Nizam



Sumber: Data Primer, 2023

Awalnya Dapur Mama Nizam dimulai dengan usaha rumahan yang dibuat oleh Syarifah Kemala dan setiap masakannya diposting ke media social dengan

menyertakan resep kue buatannya, yang kemudian mendapat respon yang positif dari teman-temannya. Dari situ satu persatu temannya tertarik akan kue-kue buatannya dan mulailah menerima pesanan. Sejak saat itu banyak yang memesan kue buatannya. Melihat permintaan pasar yang semakin bagus, kemala berkeinginan untuk membuka toko sendiri, sehingga orang-orang mudah membeli langsung di toko kue miliknya. Hal ini juga didukung oleh program Pemkab Siak dalam meningkatkan kepariwisataan di Kabupaten Siak, sehingga pengunjung yang datang tidak sulit menemukan oleh-oleh untuk dibawa pulang.

Syarifah Kemala adalah istri dari lurah Kampung Dalam, Kabupaten Siak. Ibu dari dua anak ini hobi memasak berawal dari keinginannya untuk memberikan asupan gizi yang sehat bagi anak pertamanya. Hal ini kemudian mendorongnya untuk mencoba berbagai resep makanan. Walaupun sering gagal, namun kemala tidak putus asa untuk terus belajar memasak.

Pada pertengahan tahun 2016, mulai mengembangkan produksinya dengan menambah jenis kue untuk memenuhi permintaan konsumen, seperti pizza mini, donat paha ayam, pastry roll cake, bolu kukus, pancake, serta kue tradisional melayu yang diproduksi sendiri.

Pada hari rabu, tanggal 18 Oktober 2017 Dapur Mama Nizam resmi melakukan grand opening dengan ornamen bangunan yang tampak mencolok berwarna merah muda dan mengangkat tema kekinian “Shabby Bakery” oleh pimpinan Syarifah Kemala di Jalan Raja Kecil, Kabupaten Siak. Nama Dapur Mama Nizam diambil dari nama sang buah hatinya. Pelanggan tidak akan sulit

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menemukan lokasi Dapur Mama Nizam, karena terletak di lokasi yang strategis dan tidak jauh dari RSUD Siak.

4.3 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari toko roti Dapur Mama Nizam adalah sebagai berikut:

1. Menjadi toko roti dan oleh-oleh yang unggul dan terpercaya bagi konsumen.

Misi dari toko roti Dapur Mama Nizam adalah sebagai berikut:

1. Memperkenalkan produk kami ke masyarakat yang lebih luas.
2. Memberikan pelayanan yang berkualitas, memuaskan kepercayaan bagi konsumen dan menjaga kualitas produk.

4.4 Variasi Produk Pada Toko Roti Dapur Mama Nizam

Berikut ini daftar variasi produk yang ditawarkan Dapur Mama Nizam di Siak Sri Indrapura yaitu:

Tabel 4.1
Variasi Produk Pada Toko Roti Dapur Mama Nizam

No	Jenis Variasi Produk	Keterangan
1.		Aneka Kue Kering




Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>2. Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>		<p>Aneka Kue Bolu</p>
<p>3. State Islamic University of Sultan Syaif Kasim Riau</p>		<p>Aneka Kue Basah</p>
<p>Islamic University of Sultan Syaif Kasim Riau</p>		<p>Aneka Minuman dan dessert</p>

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, variasi produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada toko roti dan oleh-oleh khas Siak Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel *store atmosphere* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko roti dan oleh-oleh khas Siak Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura khususnya pada pernyataan indikator yang paling dominan yaitu adanya pemasangan tanda harga pada suatu produk di Toko Roti Dapur Mama Nizam sehingga mempermudah konsumen dalam mencari tahu tentang harga produk yang diinginkan. Maka dari itu semakin tinggi *store atmosphere* yang diterapkan perusahaan maka semakin tinggi keputusan pembelian pada konsumen, hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh **Nasution,dkk (2022) dan Pasaribu (2020)**.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel variasi produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko roti dan oleh-oleh khas Siak Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura khususnya pada pernyataan indikator yang paling dominan yaitu tampilan pada produk Toko Roti Dapur Mama Nizam sangat menarik

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan selalu mengikuti perkembangan zaman. Maka dari itu semakin tinggi variasi produk yang ditawarkan oleh pelanggan maka semakin tinggi keputusan pembelian, hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh **Cesilia dan Ekowati (2022)**.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko roti dan oleh-oleh khas Siak Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura khususnya pada pernyataan indikator yang paling dominan yaitu lingkungan sekitar Toko Roti Dapur Mama Nizam bersih, aman dan nyaman. Maka dari itu semakin strategis lokasi perusahaan maka semakin tinggi keputusan pembelian, hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh **Hakim (2019)**.

4. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara simultan *store atmosphere*, variasi produk dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko roti dan oleh-oleh khas Siak Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh **Sapuri dan Amron (2022)**.

Nilai koefisien regresi variabel *store atmosphere* yaitu 0,229 atau 22,9% bermakna jika variabel *store atmosphere* ditingkatkan 1 satuan, maka variabel keputusan pembelian akan meningkat 0,229 satuan atau 22,9%.

Nilai koefisien regresi variabel variasi produk yaitu 0,265 atau 26,5% bermakna jika variabel variasi produk ditingkatkan 1 satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat 0,265 satuan atau 26,5%.

Nilai koefisien regresi variabel lokasi yaitu 0,275 atau 27,5% bermakna jika variabel lokasi ditingkatkan 1 satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat 0,275 satuan 27,5%.

6.2 Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan adalah sebagai berikut:

Kepada Toko Roti Dapur Mama Nizam agar dapat meningkatkan suasana pada toko agar lebih menarik perhatian konsumen.

Kepada produk yang ada di Toko Roti Dapur Mama Nizam agar dapat lebih memperbanyak variasi pada produk yang ditawarkan.

3. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel penelitian selain yang diteliti (*Store Atmosphere*, Variasi Produk, dan Lokasi). Variabel yang lainnya seperti (Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, *Brand Image*, Emosi Konsumen, *Word Of Mouth*, *Life Style*) untuk dapat diteliti.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Surah Al-Hujarat Ayat 6.
- Al-Qur'an Surah Al-Imran Ayat 159.
- Agustina, Triwidyati dan Nurbambang. (2020). *Pengaruh Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng (Studi Kasus pada Konsumen Top Swalayan Kediri)*. Jurnal Riset dan Ekonomi, Vol.1, No.2.
- Apriliani, Waluyo dan Hadi. (2022). *Pengaruh Store Atmosphere dan Keberagaman Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Susu Moeria Café di Kabupaten Kudus)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol.11, No.2.
- Awanda, B. R. (2018). *Pengaruh Store Atmosphere dan Lokasi Toko terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Rindang Khatulistiwa*. Jember. Repository.Unej.Ac.Id.
<https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/87842>
- Berman, Barry dan Evan. (2014). *Retailing Management. Dialihbahasakan oleh Lina Salim, 12th. Edition*. Jakarta: Pearson.
- Cesilia dan Ekowati. (2022). *Pengaruh Variasi Produk Kue dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli pada Toko Tata Bakery Cabang Lingkar Barat Kota Bengkulu*. Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS) Vol.3, No.2.
- Faroh, W. N. (2019). *Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan di Portal Network Six Store Cabang Depok 2018*. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol.2, No.3
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (8thed)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (10thed)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim. L. (2019). *Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Toko Roti Modern Bakery Cukir Jombang)*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol.1, No.3.
- Harmazi dan Trihudiyatmanto. (2022). *Store Atmosphere dalam Dimensi dan Pengaruhnya terhadap Minat Beli Konsumen (Studi kasus pada Toko*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Roti Tiga Saudara Snack & Bakery di Pati). Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah.

Khodijah, S. dan Saino. (2014). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Jasa Kapal Roro Gili Iyang Rute Bawean-Paciran*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga, 2(3), 1-9. Retrieved from <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/9103>

Kotler, P. (2015). *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium*. Jakarta: PT. Prehalindo.

Kotler, P. dan Armstrong, G. (2012). *Principle of Marketing, 14th ed.* Global Edition England: Pearson Education.

Kotler, P. dan Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. dan Keller, K. L. (2012). *Marketing Management, 13th ed.* Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. dan Keller, K. L. (2013). *Marketing Management. 14TH ed.* Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th ed.* Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Dua*. Jakarta: Salemba Empat.

Nasution, Hadian, Fikri dan Al-Butary. (2022). *Keputusan Pembelian Pada Toko Roti Hendyh's Brownies Berdasarkan Brand Image dan Store Atmosphere*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini Vol.13, No.01.

Notoatmodjo, S. (2020). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta.

Pasaribu, V. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran De'Cost Giant Pemulang Square Tangerang Selatan*. Jurnal Manajerial, Vol.12, No.2, Hal.156-267.

Ratnasari, V.A. (2015). *The Influencer of Store Atmosphere on Hedonic Shopping value and Impulse Buying (Survey on Consumers Hypermart Malang Town Square*. Journal of Business Administration (JAB), 1(1).

Sapuri, A. & Amron. (2022). *Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, dan Keberagaman Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada*



Apotek Gondang Watumalang Wonosobo). *Jurnal Manajemen dan Dinamika Bisnis*, Vol.1 (No.2), Hal.58-65.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (2nd ed)*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha. (2015). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offiset.
- Tjiptono, F. (2016). *Service & Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi Offiset.
- Utami, Cristina Widya. (2010). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Waluyo, Amilia dan Zati. (2023). *Pengaruh Varian Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum di Kota Langsa*. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)* Vol.3 No.1.
- Widodo, M. T. (2018). *Pengaruh Motivasi, Persepsi, Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Air Galon Isi Ulang Nabil Qua CV. Nabil Permata Bunda*.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: KUISIONER PENELITIAN

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, VARIASI PRODUK
 DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
 PADA TOKO ROTI DAN OLEH-OLEH KHAS SIAK DAPUR
 MAMA NIZAM SIAK SRI INDRAPURA**

Assalamualaikum warahmatullah wabarakatuh Saudara/i responden yang saya hormati,

Dalam rangka penyelesaian studi pada perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, bersama dengan data diri saya berikut ini :

Nama : Ika Wulandari
 NIM : 11970123664
 Jurusan : Manajemen S1
 Konsentrasi : Pemasaran

Meminta kesediaan saudara/i untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan, informasi yang saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian tentang, “Pengaruh *Store Atmosphere*, Variasi Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Roti Dan Oleh-Oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura”

Informasi yang didapat dari kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya dipergunakan untuk keperluan akademis. Atas bantuan dan perhatian saudara/i, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

IKA WULANDARI
 NIM:11970123664



A. IDENTITAS RESPONDEN

Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jenis Kelamin

- Laki-laki
- Perempuan

Usia

- 17 - 27 tahun
- 28 - 38 tahun
- 39 - 49 tahun
- ≥ 50 tahun

3. Pekerjaan

- Pelajar / Mahasiswa
- Pegawai Swasta
- Wiraswasta / Wirausaha
- Ibu Rumah Tangga
- ASN / PNS

4. Pendapatan

- <1 Juta
- >1 – 3 Juta
- >3 – 5 Juta
- >5 Juta

5. Intensitas membeli produk di Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur

Mama Nizam

- < 3 kali
- > 3 kali

A. PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

Silahkan memberi tanda checkmark (√) pada kolom yang sesuai penilaian anda. Tidak ada jawaban benar atau salah. Ada lima pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan yaitu:

- Sangat Setuju (SS) : Nilai Skor 5
- Setuju (S) : Nilai Skor 4
- Netral (N) : Nilai Skor 3
- Tidak Setuju (TS) : Nilai Skor 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) : Nilai Skor 1

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



B. DAFTAR PERTANYAAN KUESIONER

1. *Store Atmosphere* (Suasana pada Toko) (X1)

NO.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
	<i>Store Eksterior</i>					
1.	Papan nama pada Toko Roti Dapur Mama Nizam terlihat jelas dari luar toko dengan warna toko yang identik berwarna pink.					
	<i>General Interior</i>					
2.	Area didalam Toko Roti Dapur Mama Nizam sangat luas sehingga memudahkan saya dalam berbelanja.					
	<i>Store Layout</i>					
3.	Jarak antar rak roti di Toko Roti Dapur Mama Nizam memudahkan konsumen berlalu lalang dalam memilih produk yang diinginkan.					
	<i>Interior Display</i>					
4.	Adanya pemasangan tanda harga pada suatu produk di Toko Roti Dapur Mama Nizam sehingga mempermudah konsumen dalam mencari tahu tentang harga produk yang diinginkan.					

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Variasi Produk (X2)

NO.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Ukuran pada produk di Toko Dapur Mama Nizam sesuai dengan harga yang diberikan.					
2.	Harga produk yang diberikan Toko Roti Dapur Mama Nizam sangat terjangkau.					
3.	Tampilan pada produk Toko Roti Dapur Mama Nizam sangat menarik dan selalu mengikuti perkembangan zaman					
4.	Toko Roti Dapur Mama Nizam liakan menu produk yang beragam sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen yang					

3. Lokasi (X3)

NO.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Lokasi Toko Roti Dapur Mama Nizam mudah dijangkau dengan menggunakan mobil ataupun motor.					
2.	Toko Roti Dapur Mama Nizam mudah diingat dibenak konsumen karena identik pada warna tokonya yang berwarna pink.					
3.	Jalan menuju Toko Roti Dapur Mama Nizam bagus dan mudah ditemui.					
4.	Toko Roti Dapur Mama Nizam memiliki tempat parker yang luas.					
5.	Lokasi Toko Roti Dapur Mama Nizam sangat strategis untuk perkembangan kedepannya.					
6.	Lingkungan sekitar Toko Roti Dapur Mama Nizam bersih, aman dan nyaman.					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Produk yang ditawarkan pada Toko Roti Dapur Mama Nizam sesuai dengan yang saya inginkan.					
2.	Konsumen membeli produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.					
3.	Rekomendasi tentang Toko Roti Dapur Mama Nizam yang positif kepada orang lain.					
4.	Melakukan pembelian ulang jika produknya sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen.					

LAMPIRAN 2: DATA KUISIONER RESPONDEN

Variabel X1: *Store Atmosphere*

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1
1	5	3	3	5	16
2	4	5	4	5	18
3	3	4	5	3	15
4	4	4	4	4	16
5	5	5	5	5	20
6	5	4	5	4	18
7	5	5	5	5	20
8	5	4	4	5	18
9	4	4	3	4	15
10	5	5	5	4	19
11	3	5	5	5	18
12	3	3	4	4	14
13	5	5	5	5	20
14	4	3	3	4	14
15	2	2	2	2	8
16	4	4	4	4	16
17	5	5	5	5	20
18	4	5	4	5	18
19	5	5	5	5	20
20	5	5	5	5	20
21	4	5	5	5	19
22	4	4	4	4	16

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

23	4	4	4	4	16
24	5	5	4	5	19
25	4	4	4	4	16
26	5	5	4	5	19
27	4	4	4	4	16
28	5	5	5	5	20
29	5	5	5	5	20
30	4	4	5	4	17
31	5	5	5	5	20
32	5	5	5	5	20
33	3	3	3	3	12
34	3	3	4	4	14
35	5	5	5	5	20
36	5	5	5	5	20
37	5	5	5	5	20
38	5	5	5	5	20
39	5	5	5	5	20
40	4	4	4	4	16
41	5	5	5	5	20
42	1	5	4	4	14
43	5	4	4	3	16
44	3	4	3	3	13
45	4	4	5	4	17
46	5	5	5	5	20
47	4	5	4	5	18
48	4	4	5	4	17
49	4	4	4	5	17
50	5	4	5	5	19
51	4	4	4	4	16
52	4	5	5	4	18
53	4	4	4	4	16
54	4	4	4	5	17
55	4	4	5	5	18
56	5	5	5	5	20
57	5	4	4	5	18
58	5	5	5	5	20
59	4	5	5	5	19
60	5	5	5	5	20
61	4	4	4	4	16

62	4	4	4	4	16
63	4	5	4	4	17
64	5	5	5	5	20
65	5	4	3	5	17
66	4	1	3	3	11
67	3	4	5	3	15
68	5	4	4	4	17
69	3	3	4	4	14
70	5	3	4	5	17
71	3	4	5	3	15
72	4	5	5	4	18
73	4	3	5	4	16
74	4	5	3	3	15
75	1	3	4	2	10
76	4	3	4	3	14
77	5	4	3	4	16
78	4	5	5	5	19
79	4	4	4	4	16
80	5	5	4	4	18
81	4	4	4	4	16
82	5	5	4	4	18
83	4	4	4	4	16
84	4	5	4	5	18
85	4	4	4	5	17
86	4	5	5	4	18
87	4	5	3	4	16
88	5	5	5	5	20
89	2	2	2	2	8
90	5	5	5	5	20
91	3	2	3	5	13
92	5	3	2	3	13
93	2	3	3	5	13
94	3	3	3	4	13
95	3	4	3	3	13
96	4	4	5	5	18

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Variabel X2 : Variasi Produk

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2
1	4	5	3	4	16
2	4	4	5	4	17
3	3	4	5	3	15
4	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	20
6	5	4	5	4	18
7	5	5	5	5	20
8	3	4	3	3	13
9	4	4	4	4	16
10	4	4	5	5	18
11	5	5	5	5	20
12	4	4	4	4	16
13	5	5	5	5	20
14	4	3	3	4	14
15	2	2	2	2	8
16	4	4	4	4	16
17	5	5	5	5	20
18	4	4	5	4	17
19	5	5	5	5	20
20	5	5	5	5	20
21	5	5	5	5	20
22	3	5	4	5	17
23	4	4	4	4	16
24	5	5	5	4	19
25	3	3	2	3	11
26	4	4	4	4	16
27	4	4	4	4	16
28	5	5	5	5	20
29	5	5	5	4	19
30	4	5	5	4	18
31	5	5	4	5	19
32	5	5	5	5	20
33	3	3	3	3	12
34	3	4	4	3	14
35	5	5	5	5	20
36	5	5	5	5	20
37	5	5	5	5	20

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

38	5	5	5	5	20
39	5	4	5	5	19
40	4	4	4	4	16
41	5	5	5	5	20
42	4	4	4	4	16
43	4	4	4	4	16
44	2	3	4	3	12
45	4	4	4	5	17
46	5	5	5	5	20
47	4	4	4	5	17
48	5	4	5	5	19
49	4	5	5	5	19
50	4	4	4	4	16
51	4	4	4	4	16
52	4	4	4	4	16
53	5	5	5	5	20
54	4	5	5	5	19
55	5	5	5	5	20
56	5	5	4	4	18
57	4	5	5	4	18
58	4	5	5	5	19
59	5	5	4	5	19
60	5	4	4	4	17
61	5	5	4	4	18
62	4	4	4	5	17
63	4	4	4	4	16
64	5	5	5	5	20
65	4	3	5	3	15
66	2	3	1	3	9
67	4	5	4	5	18
68	4	4	4	4	16
69	5	3	3	4	15
70	4	5	3	5	17
71	3	4	5	3	15
72	4	5	5	4	18
73	4	3	5	3	15
74	4	3	4	5	16
75	4	3	4	3	14
76	4	3	4	3	14

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

77	4	3	4	5	16
78	5	4	4	4	17
79	5	4	5	5	19
80	4	4	4	4	16
81	5	5	5	5	20
82	4	4	4	5	17
83	5	5	4	4	18
84	5	5	5	4	19
85	5	5	4	4	18
86	5	4	5	4	18
87	5	3	4	5	17
88	4	4	4	4	16
89	3	3	3	3	12
90	2	2	2	2	8
91	5	3	4	4	16
92	4	4	5	5	18
93	5	5	4	4	18
94	4	3	3	5	15
95	3	4	4	3	14
96	5	5	5	5	20

Variabel X3: Lokasi

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3
1	4	5	4	4	4	4	25
2	5	5	5	4	5	5	29
3	3	4	5	3	4	5	24
4	4	5	5	5	5	5	29
5	4	5	5	5	5	5	29
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	5	5	5	30
8	4	4	4	4	4	5	25
9	4	4	4	4	4	4	24
10	5	5	5	4	5	5	29
11	5	3	4	4	5	5	26
12	3	3	4	4	4	4	22
13	5	5	5	5	5	5	30
14	4	4	3	3	4	3	21
15	2	2	2	2	2	2	12

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

16	4	4	4	4	4	4	24
17	5	5	5	5	5	5	30
18	4	5	4	4	5	5	27
19	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	5	5	5	5	30
21	4	5	4	5	5	5	28
22	4	5	3	4	2	2	20
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	5	4	4	5	5	27
25	4	4	4	4	4	4	24
26	5	5	4	4	4	5	27
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	5	4	5	5	27
29	5	5	5	5	5	5	30
30	4	5	4	5	4	5	27
31	5	5	5	5	5	5	30
32	5	5	5	5	5	5	30
33	3	3	3	3	3	3	18
34	4	4	4	4	4	3	23
35	5	5	5	5	5	5	30
36	5	5	5	5	5	5	30
37	5	5	5	5	5	5	30
38	5	5	5	5	5	5	30
39	5	5	5	4	5	5	29
40	5	4	4	4	4	4	25
41	5	5	5	5	5	5	30
42	4	4	4	4	4	4	24
43	5	5	4	4	4	4	26
44	3	3	3	3	3	3	18
45	4	5	5	4	5	5	28
46	5	5	5	5	5	5	30
47	4	4	4	5	5	5	27
48	4	4	4	4	4	5	25
49	5	4	5	5	5	5	29
50	5	5	5	5	5	5	30
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	5	5	5	4	27
53	4	4	4	4	4	5	25
54	4	4	4	5	5	5	27

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

55	4	4	4	4	5	5	26
56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	5	4	4	4	4	25
59	4	4	4	5	5	4	26
60	4	4	4	4	5	3	24
61	4	4	5	4	4	4	25
62	5	5	5	5	5	4	29
63	5	5	5	5	5	5	30
64	5	5	5	5	5	5	30
65	4	5	5	4	3	5	26
66	3	4	1	2	3	5	18
67	4	3	5	3	4	4	23
68	5	4	5	4	5	5	28
69	2	3	3	4	4	1	17
70	4	5	4	5	4	5	27
71	3	4	5	3	4	5	24
72	4	5	5	4	4	5	27
73	4	3	5	4	3	4	23
74	5	4	3	4	5	3	24
75	2	4	5	2	3	4	20
76	4	3	4	3	5	2	21
77	5	3	4	5	5	5	27
78	4	5	5	5	5	5	29
79	4	4	4	5	5	4	26
80	5	4	4	4	4	4	25
81	4	4	4	4	4	4	24
82	4	5	5	4	5	4	27
83	4	5	5	5	4	5	28
84	5	5	5	4	4	5	28
85	4	4	4	5	5	5	27
86	5	3	5	5	4	5	27
87	3	4	5	3	4	5	24
88	5	5	5	5	5	5	30
89	4	3	4	3	4	3	21
90	5	5	5	5	5	5	30
91	4	5	5	4	5	4	27
92	5	5	4	2	1	5	22
93	4	5	3	5	5	5	27

94	4	5	5	5	5	4	28
95	3	4	3	3	3	3	19
96	3	3	4	3	4	4	21

Variabel Y: Keputusan Pembelian

No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y
1	4	5	5	4	18
2	4	4	5	5	18
3	3	4	5	4	16
4	4	5	4	4	17
5	4	4	4	5	17
6	5	4	5	4	18
7	5	5	5	5	20
8	4	5	4	4	17
9	3	4	4	4	15
10	5	5	5	5	20
11	5	5	5	5	20
12	3	4	4	4	15
13	5	5	5	5	20
14	3	3	4	4	14
15	2	2	2	2	8
16	3	3	4	4	14
17	4	4	5	4	17
18	4	4	5	5	18
19	4	5	5	5	19
20	5	5	5	5	20
21	5	5	5	4	19
22	4	4	4	4	16
23	4	4	4	4	16
24	5	4	5	3	17
25	2	3	4	4	13
26	5	5	4	5	19
27	4	4	4	4	16
28	5	5	5	4	19
29	5	5	5	5	20
30	5	4	5	4	18
31	5	5	5	5	20
32	5	5	5	5	20

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

33	3	4	4	3	14
34	4	4	3	4	15
35	5	5	5	5	20
36	5	5	5	5	20
37	5	5	5	5	20
38	5	5	5	5	20
39	3	3	3	5	14
40	4	4	4	4	16
41	5	5	5	5	20
42	4	4	4	4	16
43	4	4	5	5	18
44	3	3	3	3	12
45	4	4	4	5	17
46	5	5	5	5	20
47	4	5	4	5	18
48	4	5	5	5	19
49	5	5	5	5	20
50	4	4	4	4	16
51	5	5	4	4	18
52	4	5	5	4	18
53	4	5	5	5	19
54	4	5	5	5	19
55	4	5	5	5	19
56	4	4	4	4	16
57	5	4	4	4	17
58	4	5	4	4	17
59	5	5	5	5	20
60	5	5	5	5	20
61	4	4	4	4	16
62	5	5	5	5	20
63	5	5	5	5	20
64	5	5	5	5	20
65	3	4	5	4	16
66	2	4	2	5	13
67	5	3	4	4	16
68	4	4	4	4	16
69	1	3	3	4	11
70	5	4	4	5	18
71	4	3	5	4	16

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

72	4	5	5	4	18
73	4	3	4	3	14
74	5	4	5	4	18
75	2	2	3	4	11
76	4	3	4	3	14
77	4	3	3	4	14
78	4	5	5	5	19
79	5	4	5	4	18
80	5	5	4	4	18
81	4	4	4	5	17
82	5	5	4	5	19
83	4	5	5	5	19
84	5	5	4	5	19
85	4	4	5	5	18
86	5	5	5	5	20
87	3	4	5	3	15
88	4	4	4	4	16
89	3	3	3	3	12
90	5	5	5	5	20
91	4	3	4	3	14
92	3	4	5	5	17
93	5	5	5	5	20
94	3	4	5	5	17
95	3	3	4	4	14
96	5	5	5	5	20

TANGGAPAN RESPONDEN

Variabel X1: *Store Atmosphere*

No	Pertanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Total
	Papan nama pada Toko Roti Dapur Mama Nizam terlihat jelas dari luar toko dengan warna toko yang identik berwarna pink.	38	40	12	3	3	96
		39,6%	41,7%	12,5%	3,1%	3,1%	100%
	Area didalam Toko Roti Dapur Mama Nizam sangat luas	42	36	13	3	2	96
		43,8%	37,5%	13,5%	3,1%	2,1%	100%



No	Pertanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Total
3.	sehingga memudahkan konsumen dalam berbelanja.						
	Jarak antar rak roti di Toko Roti Dapur Mama Nizam memudahkan konsumen berlalu lalang dalam memilih produk yang diinginkan.	40 41,7%	38 39,6%	14 14,6%	3 3,1%	1 1,1%	96 100%
4.	Adanya pemasangan tanda harga pada suatu produk di Toko Roti Dapur Mama Nizam sehingga mempermudah konsumen dalam mencari tahu tentang harga produk yang diinginkan.	44 45,8%	37 38,5%	11 11,5%	3 3,1%	1 1%	96 100%
	Total	170,9	157,3	52,1	12,4	7,3	400
	Persentase	42,7%	39,3%	13,1%	3,1%	1,8%	100%

Variabel X2: Variasi Produk

No	Pertanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Total
1.	Ukuran pada produk di Toko Dapur Mama Nizam sesuai dengan harga yang diberikan.	42 43,8%	41 42,7%	9 9,4%	4 4,2%	0 0%	96 100%
	Harga produk yang diberikan Toko Roti Dapur Mama Nizam sangat terjangkau.	42 43,8%	36 37,5%	16 16,7%	2 2,1%	0 0%	96 100%
2.	Tampilan pada produk Toko Roti Dapur Mama Nizam sangat menarik dan selalu mengikuti perkembangan zaman.	44 45,8%	40 41,7%	8 8,3%	3 3,1%	1 1%	96 100%

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pertanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Total
1. Hak cipta milik UIN Suska Riau	Toko Roti Dapur Mama Nizam menyediakan menu produk yang beragam sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen yang datang.	43	37	14	2	0	96
		44,8%	38,5%	14,6%	2,1%	0%	100%
Total		178,2	160,4	49	11,5	1	400
Persentase		44,6%	40,1%	12,3%	2,8%	0,2%	100%

Variabel X3: Lokasi

No	Pertanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Total
1. State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	Lokasi Toko Roti Dapur Mama Nizam mudah dijangkau dengan menggunakan mobil ataupun motor.	36	48	9	3	0	96
		37,5%	50%	9,4%	3,1%	0%	100%
2. State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	Toko Roti Dapur Mama Nizam mudah diingat dibenak konsumen karena identik pada warna tokonya yang berwarna pink.	47	36	12	1	0	96
		49%	37,5%	12,5%	1%	0%	100%
3. State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	Jalan menuju Toko Roti Dapur Mama Nizam bagus dan mudah ditemui.	47	39	8	1	1	96
		45,8%	40,6%	8,3%	1%	1%	100%
4. State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	Toko Roti Dapur Mama Nizam memiliki tempat parkir yang luas.	39	42	11	4	0	96
		40,6%	43,8%	11,5%	4,2%	0%	100%
5. State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	Lokasi Toko Roti Dapur Mama Nizam sangat strategis untuk perkembangan kedepannya.	50	36	7	2	1	96
		52,1%	37,5%	7,3%	2,1%	1%	100%
6. State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	Lingkungan sekitar Toko Roti Dapur Mama Nizam bersih, aman dan nyaman.	56	28	8	3	1	96
		58,3%	29,2%	8,3%	3,1%	1%	100%

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pertanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Total
2.	Total	283,3	238,6	57,3	14,5	3	600
	Persentase	47,3%	39,8%	9,6%	2,5%	0,5%	100%

Variabel Y: Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Total
1.	Produk yang ditawarkan pada Toko Roti Dapur Mama Nizam Sesuai yang diinginkan konsumen.	39	38	14	4	1	96
		40,6%	39,6%	14,6%	4,2%	1%	100%
2.	Konsumen yang membeli produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.	45	35	14	2	0	96
		46,9%	36,5%	14,6%	2,1%	0%	100%
3.	Rekomendasi tentang Toko Roti Dapur Mama Nizam yang positif kepada orang lain.	52	35	7	2	0	96
		54,2%	36,5%	7,3%	2,1%	0%	100%
4.	Melakukan pembelian ulang jika produknya sesuai dengan yang diinginkan konsumen.	47	40	8	1	0	96
		49%	41,7%	8,3%	1%	0%	100%
Total		190,7	154,3	44,8	9,4	1	400
Persentase		47,7%	38,6%	11,2%	2,4%	0,3%	100%

LAMPIRAN 3: KARAKTERISTIK RESPONDEN

Usia		
Tingkat usia	Jumlah responden	persentase
17–27	67	69,8%
28–38	17	17,7%
39–49	12	12,5%
> 50	0	0%
Total	96	100%

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekerjaan		
Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	38	39,6%
Pegawai Swasta	16	16,7%
Wiraswasta/Wirausaha	30	31,2%
Ibu Rumah Tangga	8	8,3%
ASN/PNS	4	4,2%
Total	96	100%

Pendapatan		
Tingkat Pendapatan	Jumlah Responden	Persentase
<1	43	44,8%
>1-3	32	33,3%
>3-5	17	17,7%
>50	4	4,2%
Total	96	100%

Sudah Berapa Kali Membeli di Toko Roti Dapur Mama Nizam		
Tingkat Pembelian	Jumlah Responden	Persentase
<3 kali	20	20,8%
>3 kali	76	79,2%
Total	96	100%

LAMPIRAN 4: HASIL UJI KUALITAS DATA

Uji Validitas

1. Variabel X1: *Store Atmosphere*

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Store Atmosphere
X1.1	Pearson Correlation	1	.500**	.406**	.588**	.784**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	.500**	1	.640**	.555**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	.406**	.640**	1	.509**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96
X1.4	Pearson Correlation	.588**	.555**	.509**	1	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96
Store Atmosphere	Pearson Correlation	.784**	.838**	.785**	.816**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Variabel X2: Variasi Produk

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Variasi Produk
X2.1	Pearson Correlation	1	.614**	.620**	.681**	.863**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	.614**	1	.615**	.624**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
X2.3	Pearson Correlation	.620**	.615**	1	.533**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96
X2.4	Pearson Correlation	.681**	.624**	.533**	1	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96
Variasi Produk	Pearson Correlation	.863**	.846**	.825**	.838**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Variabel X3: Lokasi

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Lokasi
X3.1	Pearson Correlation	1	.534**	.491**	.608**	.499**	.506**	.782**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X3.2	Pearson Correlation	.534**	1	.471**	.515**	.369**	.545**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X3.3	Pearson Correlation	.491**	.471**	1	.492**	.503**	.550**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X3.4	Pearson Correlation	.608**	.515**	.492**	1	.711**	.457**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X3.5	Pearson Correlation	.499**	.369**	.503**	.711**	1	.423**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X3.6	Pearson Correlation	.506**	.545**	.550**	.457**	.423**	1	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Lokasi	Pearson Correlation	.782**	.737**	.757**	.820**	.762**	.761**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Variabel Y: Keputusan Pembelian

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Keputusan Pembelian
Y.1	Pearson Correlation	1	.671**	.588**	.422**	.837**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
Y.2	Pearson Correlation	.671**	1	.636**	.632**	.894**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
Y.3	Pearson Correlation	.588**	.636**	1	.472**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96
Y.4	Pearson Correlation	.422**	.632**	.472**	1	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.837**	.894**	.812**	.746**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas

1. Variabel X1: *Store Atmosphere*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	4

2. Variabel X2: Variasi Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.864	4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Variabel X3: Lokasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.862	6

4. Variabel Y: Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

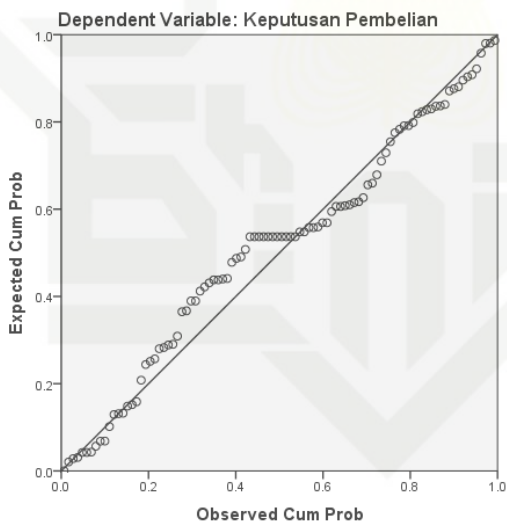
Cronbach's Alpha	N of Items
.839	4

LAMPIRAN 5: HASIL Uji ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

1. Grafik Scatter Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



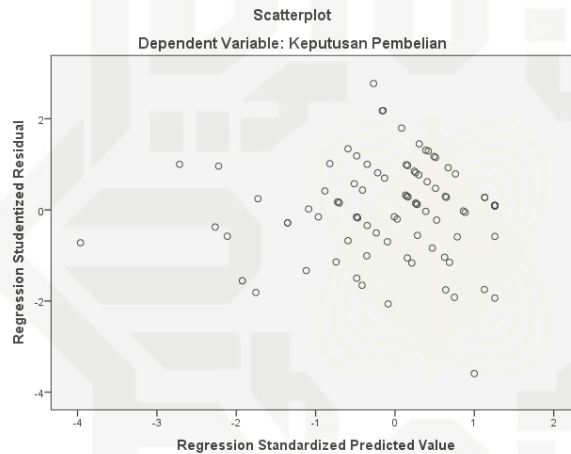
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.725	1.169		1.476	.143		
Store Atmosphere Variasi Produk Lokasi	.229	.095	.245	2.407	.018	.351	2.849
	.265	.077	.282	3.430	.001	.539	1.856
	.275	.069	.391	3.996	.000	.380	2.632

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Heteroskedastisitas



LAMPIRAN 6: UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.725	1.169		1.476	.143
Store Atmosphere Variasi Produk Lokasi	.229	.095	.245	2.407	.018
	.265	.077	.282	3.430	.001
	.275	.069	.391	3.996	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 7: UJI HIPOTESIS

1. Uji Parsial (T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.725	1.169		1.476	.143
Store Atmosphere Variasi Produk Lokasi	.229	.095	.245	2.407	.018
	.265	.077	.282	3.430	.001
	.275	.069	.391	3.996	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

2. Uji Simultan (F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	412.648	3	137.549	61.180	.000 ^b
Residual	206.842	92	2.248		
Total	619.490	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Variasi Produk, Store Atmosphere

3. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.816 ^a	.666	.655	1.49943

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Variasi Produk, Store Atmosphere

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 8 : Tabel r untuk df = 51 – 100

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

LAMPIRAN 9 : Titik Persentase Distribusi t (df = 81 -120)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
Df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206

103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

LAMPIRAN 10 : Tabel f

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

كلية العلوم الاقتصادية و الاجتماعية

FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.15 Tuahmadani Tampan, Pekanbaru 28298 P.O.Box.1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: fekonosos@uin-suska.ac.id

Nomor : B-2702/Un.04/F.VII/PP.00.9/4/2023
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Izin Riset

Pekanbaru, 10 April 2023 M
19 Ramadhan 1444 H

Kepada
Yth. Kepala Kantor
Dinas Penanaman Modal dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Provinsi Riau
Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, disampaikan bahwa salah seorang Mahasiswa Fakultas
Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : Ika Wulandari
NIM. : 11970123664
Jurusan : Manajemen
Semester : VIII (Delapan)

bermaksud mengadakan Riset dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul:
"Pengaruh Store Atmosphere, Produk dan Lokasi terhadap Keputusan
Pembelian pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam Siak
Indrapura" Untuk itu kami mohon kiranya Saudara berkenan memberikan bantuan
yang diperlukan kepada mahasiswa tersebut.

Demikianlah, atas bantuan dan kerjasama Saudara diucapkan terima kasih.



Mahyarni, SE, MM
19700826 199903 2 001

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH KABUPATEN SIAK
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU
PINTU (DPMTSP)

Komplek Perkantoran Tanjung Agung Kel. Sungai Mempura, Kecamatan Mempura, Kode Pos : 28671
 No. Telp/Fax : (0764) 8001013 e-Mail : info@dpmtsp.siakkab.go.id Website : dpmtsp.siakkab.go.id

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
 NOMOR : 165/DPMTSP/SKP/VI/2023

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Siak, setelah membaca Surat Pelaksanaan Kegiatan Riset/Pra Riset Dan Pengumpulan Data Untuk Bahan Skripsi dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau Nomor 503/DPMTSP/NON IZIN-RISET/56987 tanggal 07 Juni 2023, dengan ini memberi Surat Keterangan Penelitian kepada :

Nama	: IKA WULANDARI
NIM/NIK KTP	: 1408067010000002
Program Studi	: Manajemen
Jenjang	: S1
Alamat	: Sawit Permai RT. 012 RW. 004 Kampung Sawit Permai Kecamatan Dayun Kabupaten Siak
Judul Penelitian	: Pengaruh Store Atmosphere, Variasi Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti dan Oleh-Oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura
Lokasi Penelitian	: Toko Roti dan Oleh-Oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal surat keterangan penelitian ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian Surat Keterangan Penelitian ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Ditetapkan di : Siak Sri Indrapura
 Pada tanggal : 14 Juni 2023

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 KABUPATEN SIAK,



Ir. Hj. ROBIATI, MP
 Pembina Utama Muda
 NIP. 19650325 199302 2 001

Tembusan disampaikan kepada Yth.:

1. Bupati Siak di Siak Sri Indrapura (sebagai laporan);
2. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Siak di Siak Sri Indrapura;
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau di Pekanbaru;
4. Pemilik Toko Roti dan Oleh-Oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Toko Roti dan Oleh-Oleh Khas Siak****DAPUR MAMA NIZAM**

Jl. Raja Kecil No. Kelurahan, Kp. Dalam, Kec. Siak, Kabupaten Siak, Riau

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Kepada,
Yth. Pimpinan
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Di Tempat

Dengan Hormat,

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Ika Wulandari
Nim : 1197123664
Semester : VIII
Jurusan : Manajemen S1

Telah Selesai melakukan penelitian di Toko Roti dan Oleh-oleh Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere*, Variasi Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Roti dan Oleh-oleh Khas Siak Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura” dalam rangka penyusunan penelitian Skripsi.

Demikian Surat ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan dan dapat digunakan sebagai mestinya.

Siak Sri Indrapura, 30 Mei 2023

Pemilik

SYARIFAH KEMALA

UIN SUSKA RIAU

BIOGRAFI PENULIS



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

IKA WULANDARI, Lahir pada tanggal 30 Oktober 2000 di Talok, Jawa Tengah. Anak pertama dari 2 Bersaudara, dari pasangan Ayahanda Adi Susanto dan Ibunda Sukarni. Pendidikan pertama penulis di TK Madya Utama Sawit Permai hingga lulus tahun 2007. Dan melanjutkan pendidikan di SD Negeri 16 Sawit Permai, kelulusan Tahun 2013. Setelah lulus, melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Dayun, dan lulus pada Tahun 2016. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMK Negeri 1 Dayun, lulus tahun 2019. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau, Jurusan Manajemen dengan Konsentrasi Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial pada tahun 2019 dan selesai pada tahun 2023.

Pada tanggal 27 Juni 2023, penulis menyelesaikan Skripsi dengan melakukan ujian sidang manaqasah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) dengan judul **“Pengaruh Store Atmosphere, Variasi Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Roti dan Oleh-oleh khas Siak Dapur Mama Nizam Siak Sri Indrapura”** penulis memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dengan memperoleh predikat **Memuaskan**.