

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA PSIKOLOGI,  
STORE ATMOSPHERE, DAN MEMBERSHIP CARD  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PT. RAMAYANA LESTARI SENTOSA, TBK  
KOTA KUPANG**

**TESIS**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh Gelar S2 Magister  
Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas ekonomika  
dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira**



**OLEH :**

**LODIA MBATU**  
**NIM : 8112201032MM**

**KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA  
KUPANG  
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA PSIKOLOGI,  
STORE ATMOSPHERE, DAN MEMBERSHIP CARD  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PT. RAMAYANA LESTARI SENTOSA, Tbk  
KOTA KUPANG**

TESIS

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Magister Manajemen

OLEH:

**LODIA MBATU**  
NIM : 8112201032

Pembimbing Utama,

Pembimbing Anggota,

  
**Dr. Stanis Man, SE, M.Si**  
NIDN: 0815086402

  
**Drs. Ec. Gaudensius Djuang, M.M**  
NIDN : 0808015901

Kupang, Desember 2023

Program Studi Magister Manajemen  
Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang  
Ketua Program Studi,



  
**P. Dr. Paskalis Seran, SVD, Dipl Theol, MBA**

NIDN: 08 260476 03

TESIS

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA PSIKOLOGI,  
STORE ATMOSPHERE DAN MEMBERSHIP CARD  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PT. RAMAYANA LESTARI SENTOSA, Tbk  
KOTA KUPANG**

Disiapkan dan disusun oleh

Oleh


Nama : Lodia Mbatu  
NIM : 8112201032  
Program Studi : Magister Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada Tanggal Desember 2023  
Dan dinyatakan LULUS

**Dewan Penguji**

**Ketua**

**Sekretaris**

  
**Dr. Stanis Man, SE., M.Si**  
NIDN: 0815086402

  
**Drs. Fr. Gaudensius Djuang, M.M**  
NIDN: 0808015901

Anggota:

1. Dr. Simon Sia Niha, SE., M.Si

2. P. Dr. Paskalis Seran, SVD, MBA

3. Dr. Stanis Man, SE., M.Si

Kupang, Desember 2023

Mengesahkan

  
**Dekan**  
**Dr. M.E. Perseveranda, SE., M.Si**  
NIDN: 0819066703

  
**Ketua Program Studi,**  
**Dr. Paskalis Seran, SVD, Dipl. Theol., MBA**  
NIDN : 0826047603

## SERTIFIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lodia Mbatu  
NIM : 8112201032MM  
Program Studi : Magister Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Tesis : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Psikologi, Store Atmosphere, Dan Membership Card Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk Kota Kupang

Menyatakan bahwa tesis yang saya ajukan dan susun ini adalah hasil karya saya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang atau pada Program Studi di Universitas lain. Karya ini adalah milik saya, oleh karena itu pertanggung jawabannya berada sepenuhnya pada diri saya.

Kupang, Desember 2023



## **MOTTO**

**“Make Everything Happen With God”**

## **PERSEMBAHAN**

Tesis ini dipersembahkan untuk :

1. Tuhan Yang Maha Kuasa
2. Alm. Bapa Tercinta Welhelmus Hendrik Mbatu, Mama Sarce Mbatu-Mbeo, Bapak Mertua Benidictus Manehat dan Alma. Mama Mertua Arnel Tinike Ayal yang selalu mendoakan, mendukung dan memberikan motivasi dalam setiap proses kehidupan saya.
3. Suami Tercinta Yapi Manehat, Anak Pater Bhill Vladimir Einstein Manehat dan Schweinsteiger Erdogan Manehat yang selalu mendoakan, mendukung dan memberikan motivasi dalam setiap proses kehidupan saya.
4. Kakak dan adik Tercinta Orianus, Rina Hen, Anto, Epi, Linda, Ani, Tina, Andro, Yumi, Calista, Dhirga, Wiliam, Regina, Elsi, Bety, Petrus, Haman, Semi, Ervina dan Mery. Alm. Opa Lipu Mbeo, Alma. Oma Yuli Mbura, Alm. Opa Mbatu, Alma. Oma Lifu, Ti,i Rut, To,o Zaka, To,o Ayub dan keluarga Mbatu yang selalu memberikan dukungan dan membantu serta mendoakan saya dalam proses perkuliahan ini
5. Almamater tercinta, Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang ikut membentuk penulis menjadi seorang Magister Manajemen
6. Teman-teman Magister Manajemen Angkatan 35 UNWIRA.

## ABSTRAK

Lodia Mbatu (NIM: 8112201032 MM) judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Psikologi, *Store Atmosphere*, dan *Membership Card* Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk Kota Kupang”**, dengan pembimbing Dr. Stanis Man, SE., M.Si dan Drs. Ec. Gaudensius Djuang, M.M.

Pertumbuhan bisnis ritel dewasa ini sangat pesat sehingga menimbulkan persaingan diantara perusahaan ritel tersebut. Begitu juga dengan PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk Kota Kupang akibat persaingan ini PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk Kota Kupang mengalami penurunan penjualan pada 3 (tiga) tahun terakhir ini, yaitu 2019-2021. Masalah yang terletak pada dengan kualitas pelayanan, harga psikologi, *store atmosphere*, *membership card*. Pada PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk Kota Kupang, adalah lamanya karyawan dalam melayani keluhan pelanggan. Penelitian ini bermaksud mencari tahu 1) Bagaimana persepsi konsumen tentang kualitas pelayanan, harga psikologi, *store atmosphere*, *membership card* dan gambaran keputusan pembelian? 2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian? 3) Apakah harga psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian? 4) Apakah *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian? 5) Apakah *membersip card* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian? 6) Apakah kualitas pelayanan, harga psikologi, *store atmosphere*, dan *membersip card* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian?

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk Kota Kupang dengan menggunakan teknik sampel aksidental. Data dapat dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Data hasil penelitian dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan statistik inferensial (Regresi Linear Berganda).

Hasil penelitian menunjukkan 1) secara deskriptif, persepsi responden tentang variabel kualitas pelayanan sebesar 58,80%, atau dengan kategori cukup baik, sedangkan harga psikologi sebesar 78,33%, *store atmosphere* sebesar 79,72%, dan *membership card* sebesar 77,72% semuanya merupakan kategori baik. Secara parsial variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar -1,055 dan nilai signifikansi sebesar 0,294, harga psikologi ( $X_2$ ) dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,338 dan nilai signifikansi sebesar 0,001, *store atmosphere* ( $X_3$ ) dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,322 dan nilai signifikansi sebesar 0,000, dan *membership card* ( $X_4$ ) dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,191 dan nilai signifikansi sebesar 0,002. Secara simultan variabel kualitas pelayanan, harga psikologi, *store atmosphere* dan *membership card* dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 307,877 dan nilai signifikansi 0,000. Kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 92% dengan sisa 8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan, harga psikologi, *store atmosphere*, dan *membership card* dapat ditingkatkan dengan terus memberikan yang terbaik agar konsumen tertarik untuk melakukan keputusan pembelian. PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk Kota Kupang perlu cepat menanggapi pelayanan, Pelayan harus menepati janji dengan memberikan kualitas yang baik. Hal ini harus ditingkatkan agar gambaran konsumen terhadap bauran pemasaran dan keputusan pembelian sangat baik. Pihak manajemen perusahaan perlu memperhatikan variabel harga psikologi, *store admosphere* dan *membership card* karena semakin meningkat variabel tersebut, semakin meningkat keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, Harga Psikologi, *Store Atmosphere*, *Membership Card* , Dan Keputusan Pembelian.

## ABSTRACT

Lodia Mbatu (NIM: 8112201032 MM) entitled "The Influence of Service Quality, Price Psychology, Store Atmosphere, and Membership Cards on Purchasing Decisions at PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk Kupang City", with supervisor Dr. Stanis Man, SE., M.Si and Drs. Ec. Gaudensius Djuang, M.M.

The growth of the retail business today is very rapid, giving rise to competition between these retail companies. Likewise with PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk Kupang City due to this competition PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk Kupang City has experienced a decline in sales in the last 3 (three) years, namely 2019-2021. The problem lies in service quality, psychological prices, store atmosphere, membership cards. At PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk Kupang City, is the length of time employees serve customer complaints. This research aims to find out 1) What are consumers' perceptions of service quality, psychological prices, store atmosphere, membership cards and purchasing decision descriptions? 2) Does service quality have a positive and significant effect on purchasing decisions? 3) Does psychological pricing have a positive and significant effect on purchasing decisions? 4) Does store atmosphere have a positive and significant effect on purchasing decisions? 5) Does the membership card have a positive and significant effect on purchasing decisions? 6) Do service quality, psychological prices, store atmosphere, and member card simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions?

The population in this research is all customers of PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk Kupang City using an accidental sampling technique. Data can be collected using a questionnaire. Research data were analyzed using descriptive analysis and inferential statistics (Multiple Linear Regression).

The research results showed 1) descriptively, respondents' perceptions of the service quality variable were 58.80%, or in the quite good category, while psychological prices were 78.33%, store atmosphere was 79.72%, and membership cards were 77.72%. % all of them are in the good category. Partially, the service quality variable (X1) has a t-count of -1.055 and a significance value of 0.294, psychological prices (X2) with a t-count of 3.338 and a significance value of 0.001, store atmosphere (X3) with a t-count of 6.322 and a significance value of 0.000, and membership card (X4) with a t value of 3.191 and a significance value of 0.002. Simultaneously, the variables are service quality, psychological prices, store atmosphere and membership card with a calculated F value of 307.877 and a significance value of 0.000. The contribution of the independent variable to the dependent variable is 92% with the remaining 8% influenced by other variables outside this research.

Based on the research results, service quality, psychological prices, store atmosphere and membership cards can be improved by continuing to provide the best so that consumers are interested in making purchasing decisions. PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk Kupang City needs to respond quickly to service. Waiters must keep their promises by providing good quality. This must be improved so that consumers' picture of the marketing mix and purchasing decisions is very good. Company management needs to pay attention to psychological price variables, store atmosphere and membership cards because the more these variables increase, the more purchasing decisions will increase.

**Keywords:** Service Quality, Price Psychology, Store Atmosphere, Membership Card, and Purchasing Decisions.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa, atas kasih dan penyertaan-Nya sehingga dapat diselesaikan penulisan Thesis dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Psikologi, *Store Atmosphere*, dan *Membership Card* Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk Kota Kupang”**.

Selama proses penulisan Thesis ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan, sehingga penulisan Thesis ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, disampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada :

1. P. Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, atas kesempatan yang diberikan untuk mengikuti pendidikan di Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Ibu Dr. M. E. Perseveranda, SE., M.Si sebagai Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas katolik Widya Mandira Kupang, atas dukungan dan telah membantu dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Kupang.
3. P. Dr. Paskalis Seran, SVD, Dipl. Theol., MBA dan Ibu Dr. Henny A. Manafe, SE, MM, selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Magister Manajemen Universitas Katolik Widya Mandira Kupang dan Jajarannya yang telah memberikan kesempatan, motivasi dan masukan yang sangat membantu selama mengikuti perkuliahan dan penyusunan thesis ini.



4. Bapak Dr. Stanis Man, SE., M.Si, sebagai Pembimbing Pertama, dan Bapak Drs.Ec. Gaudensius Djuang, MM, selaku Pembimbing Kedua, atas segala bantuan yang telah diberikan lewat bimbingan, arahan, dan masukan, yang sangat berarti dalam penyusunan thesis ini.
5. Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si, sebagai Penguji Pertama dan Pater Dr. Paskalis Seran, SVD, Dipl. Theol., MBA sebagai Penguji Kedua, yang telah memberi saran dan masukan dalam penyempurnaan tesis ini.
6. Bapak Ibu Dosen dan seluruh Pegawai di Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, atas segala bekal ilmu yang diberikan dalam mendidik, membimbing, mengarahkan, dan membantu, serta pelayanan, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga dapat diselesaikan dengan baik.
7. Untuk Keluarga Tercinta atas segala dukungan dan Doa dalam penyelesaian kuliah ini, terkhusus Alm. Bapa Tercinta Welhelmus Hendrik Mbatu dan Mama Sarce Mbatu-Mbeo yang telah melahirkan dan membesarkan dan memberikan motivasi dalam kehidupan saya.
8. Bapak Mertua Benidictus Manehat dan Alma. Mama Mertua Arnel Tinike Ayal yang selalu mendoakan, mendukung dan memberikan motivasi dalam setiap proses kehidupan.
9. Suami Tercinta Yapi Manehat, Anak Pater Bhill Vladimir Einstein Manehat dan Schweinsteiger Erdogan Manehat yang selalu mendoakan, mendukung dan memberikan motivasi dalam setiap proses kehidupan saya.

10. Kakak dan adik Tercinta Orianus, Rina Hen, Anto, Epi, Linda, Ani, Tina, Andro, Yumi, Calista, Dhirga, Wiliam, Regina, Elsi, Bety, Petrus, Haman, Semi, Ervina dan Mery. Alm. Opa Lipu Mbeo, Alma. Oma Yuli Mbura, Alm. Opa Mbatu, Alma. Oma Lifu, Ti,i Rut, To,o Zaka, To,o Ayub dan keluarga Mbatu yang selalu memberikan dukungan dan membantu serta mendoakan dalam proses perkuliahan ini.
11. Para Sahabat Bapak Ibu Guru dan Pegawai di SMK Negeri 1 Kupang
12. Rekan-rekan MM 35 yang telah membantu, baik selama masa perkuliahan maupun selama penyelesaian Tesis ini;
13. Thesis persembahkan kepada Almamater tercinta Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah mendidik menjadi seorang Magister Manajemen.

Menyadari bahwa dengan keterbatasan kemampuan dan waktu yang dimiliki, sehingga hasil penelitian ini masih jauh dari harapan kita semua. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan tulisan di masa yang akan datang, sangat diharapkan.

Kupang , Desember 2023

Penulis

Lodia Mbatu

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>SERTIFIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	<b>1</b>
1.2. Masalah Penelitian .....	<b>11</b>
1.3. Tujuan Penelitian .....	<b>12</b>
1.4. Manfaat Penelitian .....	<b>13</b>
<b>BAB II. TELAAH PUSTAKA, KERANGKA BERPIKIR</b> <b>DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>14</b>
2.1 Konsep Pemasaran .....	<b>14</b>
2.2 Bisnis Ritel.....	<b>17</b>
2.3 Keputusan Pembelian.....	<b>20</b>
2.4 Kualitas Pelayanan.....	<b>32</b>

2.1	Harga Psikologi.....	34
2.2	<i>Store Atmosphere</i> .....	36
2.3	<i>Membership Card</i> .....	38
2.4	Penelitian Sebelumnya .....	39
2.5	Kerangka Pemikiran.....	41
2.6	Hipotesis.....	43
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>		<b>48</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	48
3.2	Tempat dan waktu penelitian .....	48
3.3	Populasi dan Sampel .....	48
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	49
3.5	Jenis Data .....	55
3.6	Teknik dan Alat Pengumpulan Data .....	56
3.7	Teknik Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	56
3.8	Teknik Analisis Data.....	58
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>68</b>
4.1	Karakteristik Responden.....	68
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	71
4.3	Analisa Statistik Deskriptif.....	73
4.4	Analisa Statistik Inferensial.....	79
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	89
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>96</b>
5.1	Kesimpulan.....	96
5.2	Saran.....	97

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>104</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Jumlah Konsumen yang berbelanja di PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk Kota Kupang Tahun 2019-2021 .....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	40
Tabel 3.1 Konseptual dan Pengukuran Variabel.....	50
Tabel 4.1 PT. Ramayana Lestari Sentora, Tbk Kota Kupang Menurut Jenis Kelamin .....	68
Tabel 4.2 PT. Ramayana Lestari Sentora, Tbk Kota Kupang Menurut Umur..	69
Tabel 4.3 PT. Ramayana Lestari Sentora, Tbk Kota Kupang Menurut Pekerjaan .....	69
Tabel 4.4 PT. Ramayana Lestari Sentora, Tbk Kota Kupang berdasarkan Pendapatan .....	70
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas $X_1$ , $X_2$ , $X_3$ , $X_4$ dan $Y$ 100 Responden .....	72
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas .....	73
Tabel 4.5 Hasil Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ).....	74
Tabel 4.6 Hasil Deskriptif Variabel Harga Psikologi ( $X_2$ ).....	75
Tabel 4.7 Hasil Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i> ( $X_3$ ) .....	76
Tabel 4.8 Hasil Deskriptif Variabel <i>Membership Card</i> ( $X_4$ ).....	76
Tabel 4.9 Hasil Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian ( $X_5$ ).....	77
Tabel 4.10 Skor Rata-Rata Frekuensi Deskriptif Variabel Bebas $X_1$ , $X_2$ , $X_3$ , $X_4$ PT. Ramayana Lestari Sentora, Tbk Kota Kupang .....	78

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	22
Gambar 2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	
Konsumen .....	24
Gambar 2.3 Skema Kerangka Berpikir .....	42
Gambar 4.1 Grafik Normal Probability Plot .....	79
Gambar 4.2 Scatterplot Dependent Variable : Keputusan Pembelian .....	80