

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *STORE ATMOSPHERE*
DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *PURCHASE DECISION*
(Studi kasus Konsumen Bengkel Kencana Motor Boyolali)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Terapan

Disusun Oleh:

Vita Marisa

214212005

**PROGRAM STUDI DIV BISNIS MANAJEMEN RETAIL
FAKULTAS EKONOMI, HUKUM DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO**

2025

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *STORE ATMOSPHERE*
DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *PURCHASE DECISION*
(Studi kasus Konsumen Bengkel Kencana Motor Boyolali)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Terapan

Disusun Oleh:

Vita Marisa

214212005

**PROGRAM STUDI DIV BISNIS MANAJEMEN RETAIL
FAKULTAS EKONOMI, HUKUM DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi berjudul

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *STORE ATMOSPHERE* DAN
SERVICE QUALITY TERHADAP *PURCHASE DECISION*
(Studi kasus Konsumen Bengkel Kencana Motor Boyolali)**

Disusun oleh:

Vita Marisa

NIM. 214212005

**PROGRAM BISNIS DIV BISNIS MANAJEMEN RETAIL
FAKULTAS EKONOMI, HUKUM DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO**

Telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing serta telah diperkenankan
untuk diajukan:

Ungaran, 7 September 2025

Pembimbing



Ahmad Ali, S.M., M.M.

NIDN. 0601079103

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul:

PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *STORE ATMOSPHERE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *PURCHASE DECISION*
(Studi kasus Konsumen Bengkel Kencana Motor Boyolali)

Disusun oleh:

Vita Marisa

214212005

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji Skripsi Program Studi D4 Bisnis Manajemen Retail,
Fakultas Ekonomi, Hukum, dan Humaniora, Universitas Ngudi Waluyo. Pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 15 Oktober 2025

Ketua Penguji

Teguh Harso Widagdo, S.E., M.M.

NIDN: 0622057703

Penguji 1

Satria Avianda Nurcahyo, S.M., S.Hum., M.M.

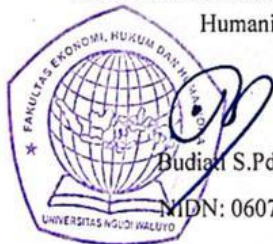
NIDN: 0601059801

Penguji 2

Ahmad Ali S.M., M.M.

NIDN: 0601079103

Dekan Fakultas Ekonomi, Hukum dan
Humaniora



Budian S.Pd., M.Pd.

NIDN: 0607038201

Ketua Program Studi
D4 Bisnis Manajemen Retail

Ahmad Ali S.M., M.M.

NIDN: 0601079103

PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vita Marisa
NIM : 214212005
Program Studi/Fakultas : Program Studi D4 Bisnis Manajemen Retail
Fakultas Ekonomi, Hukum dan Humaniora

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi berjudul "**PENGARUH *BRAND AWARENESS, STORE ATMOSPHERE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *PURCHASE DECISION*** (Studi kasus Konsumen Bengkel Kencana Motor Boyolali)" adalah karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik apapun di perguruan tinggi manapun.

1. Skripsi ini merupakan ide dan hasil karya murni saya yang dibantu oleh tim pembimbing dan narasumber
2. Skripsi ini tidak memuat karya atau pendapat orang lain yang telah dipublikasikan kecuali secara tertulis dicantumkan dalam naskah sebagai acuan dalam menyebut nama pengarang dan judul aslinya serta dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima saksi akademik sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Ngudi Waluyo.

Ungaran, 7 September 2025

Yang membuat Pernyataan



Vita Marisa

KESEDIAAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vita Marisa
NIM : 214212005
Program Studi : D4 Bisnis Manajemen Retail
Fakultas : Ekonomi, Hukum, Humaniora
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Awareness*, *Store Atmosphere*, dan *Service Quality* terhadap *Purchase Decision* Studi kasus
Konsumen Bengkel Kencana Motor Boyolali.

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya setuju untuk :

1. Memberikan hak bebas royalty/ pemberian dana kepada Universitas Ngudi Waluyo atas penulisan karya ilmiah saya, demi pengembangan disiplin ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak untuk menyimpan dan mempublikasikan, tanpa meminta lagi persetujuan dari saya selama mencantumkan nama saya sebagai pembuat karya tulis ilmiah ini.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Ngudi Waluyo, dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Ungaran, 7 September 2025

Penulis



Vita Marisa

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Orang lain ga akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang ya!”

(Baskara Putra-Hindia)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan”

(Boy Candra)

“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut diremehkan. Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang kau harapkan”

(Maudy Ayunda)

“Pada Akhirnya, Semua Hanya Permulaan”

(Nadin Hamizah)

“Maaf Atas Perjalanan Yang Tidak Sempurna, Namun Percayalah Untukmu
Kujual Dunia”

(Feast)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim.....

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta Hidayah-Nya sehingga penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kerendahan hati dan kesabaran yang luar biasa.

Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari berbagai bantuan pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Yang teristimewa, cinta pertamaku dan panutanku, Bapak Parno terima kasih atas segala pengorbanan dan kasih yang tulus yang telah Bapak berikan selama ini. Semoga Allah SWT selalu menganugerahkan kesehatan, umur panjang, dan kebahagiaan sebagai balasan atas setiap lelah dan doa yang telah Bapak perjuangkan tanpa kata lelah.
2. Pintu surgaku, Ibu Mariyati terimakasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat dan doa yang diberikan selama ini, terimakasih atas nasihat yang selalu diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terimakasih atas kesabarandan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala. Ibu menjadi penguat dan pengingat paling hebat. Terimakasih sudah menjadi tempatku pulang, bu.
3. Kepada kakak penulis Erwan Nugroho dan Istrinya terimakasih atas dukungan dan doa yang diberikan kepada penulis dan keponakan tercinta Alesha Allaya Raffanda dan Alvaro Amran Rafardhan yang selalu mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi, terimakasih atas segala doa dan

support yang telah diberikan kepada peneliti

4. Kepada Alm Kakung Ngadi dan nenek yang sangat cantik Nenek Sutini, Terimakasih selalu mendengarkan keluhan kesah peneliti selama menyelesaikan skripsi, terimakasih atas doa dan dukungan untuk peneliti. Semoga kakung ditempatkan disini Allah SWT.
5. Kepada Paman, Bibi serta Sepupu penulis terimakasih atas doa dan support yang selalu diberikan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada teman-teman seperjuangan penulis Wahyu Musyarofah, Revina Meiditasari dan Siti Musfiroh terimakasih telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
7. Kepada teman penulis yang sudah memberikan doa serta dukungan kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Untuk diri saya, terima kasih telah bertahan dalam setiap proses, melewati lelah, ragu, dan segala keterbatasan. Terima kasih telah berani melangkah, berjuang, dan tidak menyerah hingga sampai pada titik ini. Semoga segala usaha dan pengorbanan yang telah dilakukan menjadi pengingat bahwa setiap kerja keras akan selalu membuahkan hasil.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat serta menjadi dasar bagi pengembangan ilmu pengetahuan di masa mendatang.

ABSTRAK

Perkembangan industri jasa otomotif yang semakin kompetitif menuntut setiap bengkel untuk mampu menciptakan strategi pemasaran yang efektif guna menarik dan mempertahankan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand awareness*, *store atmosphere*, dan *service quality* terhadap *purchase decision* pada konsumen Bengkel Kencana Motor Boyolali.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Bengkel Kencana Motor Boyolali, dengan jumlah sampel sebanyak 110 responden yang diperoleh melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berskala Likert, dan dianalisis dengan menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel *brand awareness*, *store atmosphere*, dan *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision*. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,673, yang berarti bahwa 67,3% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sementara 32,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Berdasarkan hasil tersebut, disarankan agar Bengkel Kencana Motor Boyolali meningkatkan kesadaran merek, memperbaiki suasana bengkel, dan memperkuat kualitas pelayanan sebagai strategi utama dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: *Brand Awareness*, *Store Atmosphere*, *Service Quality*, *Purchase Decision*.

ABSTRACT

The increasingly competitive development of the automotive service industry requires workshops to implement effective marketing strategies to attract and retain consumers. This study aims to analyze the influence of brand awareness, store atmosphere, and service quality on purchasing decisions among customers of Bengkel Kencana Motor Boyolali.

This research employed a quantitative approach with a survey method. The population consisted of all customers of Bengkel Kencana Motor Boyolali, with a sample of 110 respondents selected through purposive sampling. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and the coefficient of determination (R^2).

The results show that brand awareness, store atmosphere, and service quality each have a positive and significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, these three variables also have a significant effect, with a coefficient of determination (R^2) value of 0.673, indicating that 67.3% of the variation in purchasing decisions is explained by these variables, while the remaining 32.7% is influenced by other factors outside this study.

Based on these findings, it is recommended that Bengkel Kencana Motor Boyolali enhance its brand awareness, improve the workshop atmosphere, and strengthen service quality as key strategies to increase consumer purchasing decisions.

Keywords: Brand Awareness, Store Atmosphere, Service Quality, Purchasing Decisions.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Brand Awareness*, *Store Atmosphere*, dan *Service Quality* terhadap *Purchase Decision* di Bengkel Kencana Motor Boyolali**”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada program studi Bisnis Manajemen Retail.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Subyantoro, M.Hum. selaku Rektor Universitas Ngudi Waluyo.
2. Ibu Budiati, S.Pd., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Hukum dan Humaniora.
3. Bapak Dr. Kustiyono, S.Kom., S.E., M.Kom., Ak. selaku Ketua Program Studi D4 Bisnis Manajemen Retail.
4. Bapak Ahmad Ali, S.M., M.M. selaku Ketua Program Studi D4 Bisnis Manajemen Retail dan dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan koreksi sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Teguh Harso Widagdo, S.E., M.M. selaku ketua penguji dan Bapak Satria Avianda Nurcahyo, S.M., S.Hum., M.M. selaku Penguji I yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
6. Seluruh dosen dan staf pengajar yang telah memberikan ilmu dan bekal selama penulis menempuh pendidikan.
7. Pimpinan serta manajemen Bengkel Kencana Motor Boyolali yang telah memberikan izin dan bantuan selama proses pengumpulan data.

8. Responden penelitian yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan memberikan informasi yang diperlukan.
9. Orang tua dan keluarga tercinta yang senantiasa memberikan dorongan moril dan materiil.
10. Sahabat dan rekan-rekan yang memberikan dukungan, masukan, serta bantuan selama proses penulisan skripsi.
11. Kepada diri saya sendiri yang telah mampu berjuang menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi perbaikan pada kesempatan berikutnya. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis, pihak Bengkel Kencana Motor Boyolali, serta pembaca pada umumnya.

Ungaran, 7 September 2025

Penulis



Vita Marisa

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	1
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORISINILITAS	iii
KESEDIAAN PUBLIKASI.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	18
BAB 1 PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Sistematika Penulisan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek)	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 <i>Store Atmosphere</i> (Suasana Toko).....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 <i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan).....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 <i>Purchase Decision</i> (Keputusan Pembelian)	Error! Bookmark not defined.

	not defined.
2.2	Penelitian Terdahulu..... Error! Bookmark not defined.
2.3	Hipotesis Penelitian Error! Bookmark not defined.
2.3.1	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .. Error! Bookmark not defined.
2.3.2	Pengaruh <i>Store atmosphere</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> ... Error! Bookmark not defined.
2.3.3	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> Error! Bookmark not defined.
2.3.4	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> , <i>Store Atmosphere</i> , dan <i>Service Quality</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> Error! Bookmark not defined.
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis..... Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN.....Error! Bookmark not defined.	
3.1	Jenis Penelitian Error! Bookmark not defined.
3.2	Sumber Data Error! Bookmark not defined.
3.2.1	Data Primer..... Error! Bookmark not defined.
3.2.2	Data Sekunder Error! Bookmark not defined.
3.3	Metode Pengumpulan Data Error! Bookmark not defined.
3.4	Populasi dan Sampel Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Populasi Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Sampel Error! Bookmark not defined.
3.5	Definisi Operasional dan Indikator Error! Bookmark not defined.
3.6	Teknik Analisis Data Error! Bookmark not defined.
3.6.1	Analisis Regresi Berganda Error! Bookmark not defined.
3.6.2	Uji Instrumen..... Error! Bookmark not defined.
3.6.3	Asumsi Klasik Error! Bookmark not defined.
3.6.4	Pengujian Hipotesis Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... Error! Bookmark not defined.	
4.1	Hasil Penelitian..... Error! Bookmark not defined.

4.2	Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Usia.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.3	Pekerjaan	Error! Bookmark not defined.
4.3	Analisis Kualitatif.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Analisis Deskriptif <i>Brand Awareness</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Analisis Deskriptif <i>Store Atmosphere</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.3	Analisis Deskriptif <i>Service Quality</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.4	Analisis Deskriptif <i>Purchase Decision</i>	Error! Bookmark not defined.
4.4	Analisis Kuantitatif	Error! Bookmark not defined.
4.4.1	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
4.4.2	Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.4.3	Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.4	Uji Multikolinieritas.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.5	Uji Heteroskedastisitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.6	Pengujian Regresi Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.
4.5	Uji T	Error! Bookmark not defined.
4.6	Uji F	Error! Bookmark not defined.
4.7	Pengujian Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
4.7.1	Uji Hipotesis 1	Error! Bookmark not defined.
4.7.2	Uji Hipotesis 2	Error! Bookmark not defined.
4.7.3	Uji Hipotesis 3	Error! Bookmark not defined.
4.7.4	Uji Hipotesis 4	Error! Bookmark not defined.
4.8	Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
4.8.1	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> ..	Error! Bookmark not defined.

4.8.2	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> ..	Error! Bookmark not defined.
4.8.3	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	Error! Bookmark not defined.
4.8.4	Pengaruh Brand Awareness, Store Atmosphere, dan <i>Service Quality</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	Error! Bookmark not defined.
BAB V PENUTUP		Error! Bookmark not defined.
5.1	Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2	Saran	Error! Bookmark not defined.
5.3	Keterbatasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
5.4	Agenda Penelitian mendatang	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN		95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Pengguna Sepeda Motor	1
Tabel 1.2	Temuan Research Gap	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	19
Tabel 2.2	Uraian Kerangka Berpikir	27
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 4.1	Analisis Deskriptif Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2	Analisis Deskriptif Usia	49
Tabel 4.3	Analisis Deskriptif Pekerjaan Pekerjaan	50
Tabel 4.4	Analisis Deskriptif Variabel X1.1.....	51
Tabel 4.5	Analisis Deskriptif Variabel X1.2.....	52
Tabel 4.6	Analisis Deskriptif Variabel X1.3.....	53
Tabel 4.7	Analisis Deskriptif Variabel X1.4.....	53
Tabel 4.8	Analisis Deskriptif Variabel X1.5.....	54

Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel X1.....	54
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel X2.1.....	56
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Variabel X2.2.....	56
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Variabel X2.3.....	57
Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Variabel X2.4.....	57
Tabel 4.14 Analisis Deskriptif Variabel X2.5.....	58
Tabel 4.15 Analisis Deskriptif Variabel X2.....	58
Tabel 4.16 Analisis Deskriptif Variabel X3.1.....	60
Tabel 4.17 Analisis Deskriptif Variabel X3.2.....	60
Tabel 4.18 Analisis Deskriptif Variabel X3.3.....	61
Tabel 4.19 Analisis Deskriptif Variabel X3.4.....	61
Tabel 4.20 Analisis Deskriptif Variabel X3.5.....	62
Tabel 4.21 Analisis Deskriptif Variabel X3	62
Tabel 4.22 Analisis Deskriptif Variabel Y1.1.....	63
Tabel 4.23 Analisis Deskriptif Variabel Y1.2.....	64
Tabel 4.24 Analisis Deskriptif Variabel Y1.3.....	64
Tabel 4.25 Analisis Deskriptif Variabel Y1.4	65
Tabel 4.26 Analisis Deskriptif Variabel Y1.5.....	66
Tabel 4.27 Analisis Deskriptif Variabel Y1.....	66
Tabel 4.28 Uji Validitas Variabel X1 (<i>Brand Awareness</i>)	67
Tabel 4.29 Uji Validitas Variabel X2 (<i>Store Atmosphere</i>)	68
Tabel 4.30 Uji Validitas Variabel X3 (<i>Service Quality</i>)	69
Tabel 4.31 Uji Validitas Variabel Y (<i>Purchase Decision</i>)	69
Tabel 4.32 Uji Reliabilitas Variabel X1 (<i>Brand Awareness</i>).....	70
Tabel 4.33 Uji Reliabilitas Variabel X2 (<i>Store Atmosphere</i>)	70
Tabel 4.34 Uji Reliabilitas Variabel X3 (<i>Service Quality</i>)	71
Tabel 4.35 Uji Reliabilitas Variabel Y (<i>Purchase Decision</i>).....	71
Tabel 4.36 Uji Normalitas.....	72
Tabel 4.37 Uji Multikolinieritas	74

Tabel 4.38 Persamaan Regresi Linier Berganda	76
Tabel 4.39 Koefisien Determinasi.....	77
Tabel 4.40 Uji T	78
Tabel 4.41 Uji F	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peningkatan Pengguna Sepeda Motor di Indonesia (2019-2023).....	1
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	27
Gambar 4.1 Histogram.....	73
Gambar 4.2 Normal P-P Plot	73
Gambar 4.3 Scatterplot	75