

ABSTRACT

Mukhamad Rizky Dimi S, the impact of Store Atmosphere against the purchasing decisions in Revolution Distro Candi Sidoarjo. Under the guidance of A. Yahya Surya Winata, and Mohammad Arief.

The aim of this study it finds out the impact of variables Store Atmosphere that consists of Exterior, Interior, General Store Layouts, Interior Display against the purchasing decisions of consumers Revolution Distro Candi Sidoarjo and to find out of the fourth variable Store Atmosphere which is impact over the consumer's purchasing decision Revolution Distro Candi Sidoarjo.

This study is quantitative deskriptive research. The dwarf sampling using Purposive Sampling, analysis used was multiple linear regression analysis. The sample in this study i.e. the consumer Revolution Distro Candi Sidoarjo totalling 97 respondents.

Conclusion this study that's variable Exterior and Interior of the General impact on purchasing decisions of consumers Revolution Distro Candi Sidoarjo with coefficients b respectively of 0.444 and 0.504, whereas variables Store Layout and Interior Display does not affect Consumer purchasing decisions Revolution Distro Candi Sidoarjo with coefficients b amounted to 0.103 and 0.090. The results showed that the General variable Interior has impact in purchase decisions the consumer Revolution Distro Candi Sidoarjo with coefficients b amounted to 0.504.

Key Words :Store Atmosphere, Purchasing Decisions

ABSTRAK

Mukhamad Rizky Dimi Saputra, Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian di Revolution Distro Candi Sidoarjo. Di bawah bimbingan A. Yahya Surya Winata, dan Mohammad Arief

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variable *Store Atmosphere* yang terdiridari *Exterior*, *General Interior*, *Store Layout*, *Interior Display* terhadap Keputusan Pembelian konsumen Revolution Distro Candi Sidoarjo dan untuk mengetahui dari keempat variabel *Store Atmosphere* manakah yang berpengaruh lebih besar terhadap Keputusan Pembelian konsumen Revolution Distro Candi Sidoarjo.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*, analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen Revolution Distro Candi Sidoarjo berjumlah 97 responden.

Kesimpulan penelitian ini yaitu variable *Exteriordan General Interior* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Revolution Distro Candi Sidoarjo dengan nilai koefisien b masing-masing sebesar 0,444 dan 0,504, sedangkan variable *Store Layout* dan *Interior Display* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Revolution Distro Candi Sidoarjo dengan nilai koefisien b sebesar 0,103 dan 0,090. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable *General Interior* memiliki pengaruh yang lebih besar dalam keputusan Pembelian konsumen Revolution Distro Candi Sidoarjo dengan nilai koefisien b sebesar 0,504.

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

HALAMAN

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iv
ABTSRACT	v
ABSTRAK	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
MOTO.....	viii
KATA PEGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.1.1 Konsep Pemasaran	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.3 Ritel	10
2.1.4 <i>Store Atmosphere</i>	12
2.1.4.1 <i>Exterior</i>	12

2.1.4.2 <i>General Interior</i>	15
2.1.4.3 <i>StoreLayout</i>	18
2.1.4.4 <i>Interior Display</i>	20
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	21
2.1.5.1 Proses Keputusan Pembelian	23
2.2 Hubungan Antar Variabel	25
2.2.1 Hubungan <i>Exterior</i> Dengan Keputusan Pembelian.....	25
2.2.2 Hubungan <i>General Interior</i> Dengan Keputusan Pembelian	26
2.2.3 Hubungan <i>Store Layout</i> Dengan Keputusan Pembelian	27
2.2.4 Hubungan <i>Interior Display</i> Dengan Keputusan Pembelian	27
2.2.5 Hubungan Variabel <i>Store Atmosphere</i> Dengan Keputusan Pembelian	28
2.3 Penelitian Terdahulu	28
2.4 Kerangka Berfikir.....	34
2.4 Hipotesis	35

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Lokasi Penelitian	36
3.3 Populasi dan Sampel	36
3.3.1 Populasi	36
3.3.2 Sampel	37

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	38
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	38
3.4.1 Variabel Penelitian.....	38
3.4.2 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	39
3.4.3 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	41
3.5 Jenis Data	43
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	44
3.6.1 Teknik Penentuan Skor	45
3.7 Uji Instrumen	45
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif	45
3.7.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
3.7.3 Uji Reliabilitas.....	47
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.7.4.1 Uji Normalitas	48
3.7.4.2 Uji Multikoleniaritas.....	48
3.7.4.3 Uji Heteroskedasitisitas	49
3.8 Teknik Analisis Data.....	50
3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
3.8.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	50
3.8.3 Uji Parsial (Uji T).....	51
3.8.4 Uji Simultan (Uji F).....	52

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum	53
4.2 Gambaran Umum Responden.....	53
4.2.1 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	54
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
4.3 Deskripsi Penilaian Responden.....	57
4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i> dan Keputusan pembelian	57
4.3.1.1 Deskripsi Penilaian Variabel <i>Exterior</i>	57
4.3.1.2 Deskripsi Penilaian Variabel <i>General Interior</i>	59
4.3.1.3 Deskripsi Penilaian Variabel <i>Store Layout</i>	62
4.3.1.4 Deskripsi Penilaian Variabel <i>Interior Display</i>	63
4.3.1.5 Deskripsi Penilaian Variabel Keputusan Pembelian.....	66
4.4 Hasil Uji Instrumen	69
4.4.1 Uji Validitas.....	69
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	70
4.5 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4.5.1 Uji Asumsi Klasik	71
4.5.1.1 Uji Normalitas	72
4.5.1.2 Uji Multikolinieritas	73
4.5.1.3 Uji Heteroskedastisitas	74
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	76

4.7 Koefisien Determinasi (R^2)	79
4.8 Uji Hipotesis	80
4.8.1 Uji Hipotesis 1	80
4.8.2 Uji Hipotesis 2	87
4.8.3 Uji Hipotesis 3	90
4.9 Pembahasan	90

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran	93

DAFTAR TABEL

1.1 Data Penjualan Distro Revolution Januari 2017 – Juni 20017	3
2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.....	32
3.1 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	42
3.2 Kategorisasi Menurut Rentang Skor Dan Kategori.....	47
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.4 Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Exterior</i> (X_1)	57
4.5 Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>General Interior</i> (X_2)	59
4.6 Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Store Layout</i> (X_3)	62
4.7 Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Interior Display</i> (X_4)	63
4.8 Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	67
4.9 Hasil Uji Validitas	70
4.10 Hasil Uji Reliabilitas	71
4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	74
4.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	77
4.13 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	80
4.14 Tanggapan Variabel <i>Exterior</i> Menurut Konsumen Revolution Distro.....	81
4.15 Hasil Uji hipotesis Variabel <i>Exterior</i>	81
4.16 Tanggapan Variabel <i>General Interior</i> Menurut Konsumen Revolution Distro	

.....	82
4.17 Hasil Uji Hipotesis Variabel <i>General Interior</i>	83
4.18 Tanggapan Variabel <i>Store Layout</i> Menurut Konsumen Revolution Distro ..	83
4.19 Hasil Uji Hipotesis Variabel <i>Store Layout</i>	84
4.20 Tanggapan Variabel <i>Interior Display</i> Menurut Konsumen Revolution Distro...	
.....	85
4.21 Hasil Uji Hipotesis Variabel <i>Interior Display</i>	86
4.22 Tanggapan Variabel Keputusan Pembelian Menurut Konsumen Revolution Distro	86
4.23 Hasil Uji F	89

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Berpikir	34
4.1 Hasil Uji Normalitas.....	73
4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas	76
4.3 Varibel <i>Exterior</i>	81
4.4 Variabel General Interior	82
4.5 Variabel Store Layout	84
4.6 Variabel Interior Display	85
4.5 Variabel Keputusan Pembelian	87