

ABSTRAK

Zuliana Rofikhoh, 2017. "Analisis keputusan pembelian konsumen berdasarkan atribut toko (Studi pada pusat oleh-oleh "Gudange Tahu Takwa" khas kota Kediri). Di bawah bimbingan Dr. A. Yahya Surya Winata, S.E., M.Si. dan Yudhi Prasetya Mada, SE., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan analisis keputusan pembelian konsumen berdasarkan atribut toko (Studi pada pusat oleh-oleh GTT khas kota Kediri) untuk membahas permasalahan (1) Bagaimanakah atribut toko dan keputusan pembelian pada pusat oleh-oleh GTT khas kota Kediri. (2) Apakah atribut toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pusat oleh-oleh GTT khas kota Kediri secara parsial dan simultan. Populasi dalam penelitian ini yaitu setiap pengunjung toko pusat oleh-oleh GTT khas kota Kediri. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden, sedangkan untuk teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode probabilitas sampling dengan teknik *simple random sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan kuesioner. Selanjutnya dari data yang diperoleh dilakukan uji validitas, uji reabilitas, uji regresi linier berganda, uji F, uji t, dan uji koefisiensi determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pelayanan, harga, dan suasana toko berpengaruh signifikan sedangkan untuk variabel lokasi dan produk di toko berpengaruh tidak signifikan. Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa atribut toko dalam kategori cukup baik dan konsumen melakukan keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan dalam analisis regresi linier berganda, atribut toko berpengaruh positif atau signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko pusat oleh-oleh GTT khas kota Kediri.

Kata kunci : Atribut toko, dan suasana toko.

ABSTRACT

Zuliana Rofikhoh, 2017. "Analysis of Consumers' Purchase Decisions based on Store Attributes (The Study at Gudange Tahu Takwa Special Kediri Gift Center)". Under the guidance of Dr. A. Yahya Surya Winata, S.E., M.Si. and Yudhi Prasetya Mada, SE., MM.

This research purposes to analyze the consumers' purchase decisions based on store attributes (the study at GTT special Kediri gift center) which comes with several problems ; (1) What are the attributes and consumers' purchase decisions at GTT special Kediri gift center? (2) Do store attributes influence on consumers' purchase decisions at GTT special Kediri gift center? . The population in this research is every visitor of GTT special Kediri gift center. There are 100 respondents for the sample in this research, and the writer uses probability sampling methods with simple random sampling technique. Therefore, the data collection methods used in this research are observations, interviews, and survey questionnaires. Then, the results will be examined through several tests, such as validity test, reliability test, multiple linear regression test, F test, T test, and the coefficient of determination test.

The final result of this research shows that service variable, price, and store atmosphere give the significant impact, However the location and product variable of a shop don't give the significant impact. The hypotheses test result shows that the shop attributes in a good category and consumers do the purchase decisions. According to the result of T test on the multiple linear regression test, shop attributes give the positive or significant impact to the consumers' purchase decisions at GTT special Kediri gift center.

Keywords : store attributes and store atmosphere.

DAFTAR ISI

	Halaman
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIA.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
RIWAYAR HIDUP.....	vi
MOTO DN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Masalah	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran	7
2.1.2 Konsep Pemasaran	8
2.1.3 Pemasaran Ritel	9
2.1.3.1 Pengertian Usaha Ecer (Retailing) Dan Pengecer (Retailer).....	10
2.1.3.2 Jenis-Jenis Pengecer	12
2.1.4 Atribut Toko (Store Atributes)	20
2.1.5 Pengertian Perilaku Konsumen	27
2.1.6 Keputusan Pembelian Konsumen	28
2.1.6.1 Jenis-Jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian.....	29
2.1.7 Hubungan Antara Atribut Toko Dengan Keputusan Pembeli	31
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.2.1 Kerangka Pemikiran	35
2.2.2 Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Unit Observasi	37
3.2.1 Penentuan Populasi Dan Sampling	37
3.2.1.1 Populasi Penelitian	37
3.2.1.2 Sampel Penelitian	38
3.2 Teknik Penarikan Sampel	39
3.3 Jenis Dan Sumber Data	39
3.3.1 Jenis Data	40
3.3.2 Sumber Data	40
3.4 Devinisi Operasional Variabel	41
3.5 Teknik Analisis Data	43
3.5.1 Pengujian Instrumen Data	44
3.5.1.1 Uji Validitas	44
3.5.1.2 Uji Reabilitas	44

3.5.2 Analisis Statistik Deskriptif	45
3.5.3 Analisis regresi Linier Berganda	47
3.5.4 Asumsi Klasik	48
3.5.4.1 Uji Multikolinieritas.....	48
3.5.4.2 Uji Heteroskedastistas.....	48
3.5.4.3 Uji Normalitas.....	49
3.5.5 Koefisien Determin.....	50
3.6 Uji Hipotesis.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum.....	53
4.1.1 Lokasi Penelitian.....	53
4.1.2 Karakteristik Responden.....	54
4.2 Hasil Uji Instrumen Data.....	57
4.2.1 Uji Validitas.....	57
4.2.2 Uji Reabilitas.....	58
4.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	59
4.3.1 Atribut Toko (X).....	59
4.3.2 Keputusan Pembelian (Y).....	68
4.4 Hasil Analisis Data.....	70
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
4.4.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	73
4.5. Uji Asumsi Klasik.....	74
4.3.2.1 Uji Normalitas.....	75
4.3.2.2 Uji Multikolonieritas.....	76
4.3.2.3 Uji Heteroskedastistas.....	77
4.6 Pengujian Hipotesis.....	79
4.6.1 Uji Statistik F (Pengujian Hipotesis Secara Silmutan).....	87
4.6.2 Uji Statistik t (Pengujian Hipotesis Secara Parsial).....	88
4.7 Pembahasan.....	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
1.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Sara.....	94

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Tingkat Penjualan Perbulan Pada Pusat Oleh-oleh GTT.....	3
Tabel 3.1 Variabel Operasional Penelitian.....	43
Tabel 3.2 Kategori Menurut Rentang Skor dan Kategori tiap variabel.....	46
Tabel 4.1 Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	55
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 4.7 Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Lokasi (X_1).....	60
Tabel 4.8 Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Pelayanan (X_2).....	62
Tabel 4.9 Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Harga (X_3).....	64
Tabel 4.10 Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Produk di Toko (X_4)	65
Tabel 4.11 Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Suasana Toko (X_5)	67
Tabel 4.12 Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	70
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	71
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas.....	77
Tabel 4.16 Uji Statistik F (Pengujian Hipotesis Secara Simultan).....	79
Tabel 4.17 Uji Statistik t (Pengujian Hipotesis Secara Parsial).....	81
Tabel 4.18 Hasil Uji Signifikan variabel Pelayanan.....	82
Tabel 4.19 Hasil Uji Signifikan variabel Harga	82
Tabel 4.20 Hasil Uji Signifikan variabel Produk di Toko.....	83
Tabel 4.21 Hasil Uji Signifikan variabel Suasana Toko.....	84
Tabel 4.22 Keputusan Pembelian (Y).....	85
Tabel 4.23 Hasil Uji Signifikan Keputusan pembelian.....	86
Tabel 4.24 Uji Statistik F (Pengujian Hipotesis Secara Simultan).....	87
Tabel 4.25 Uji Statistik t (Pengujian Hipotesis Secara Parsial).....	87

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Sekema Tahapan Pembelian.....	28
Gambar 2.2 Proses Keputusan Membeli.....	32
Gambar 2.3 Komunikasi Sasaran Pesan.....	33
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	76
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	79
Gambar 4.3 Atribut Toko (X).....	80
Gambar 4.4 Keputusan Pembelian.....	85

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : KUESIONER PENELITIAN

LAMPIRAN 2 : TABULASI DATA

LAMPIRAN 3 : UJI VALIDITAS

LAMPIRAN 4 : UJI RELIABILITAS

LAMPIRAN 5 : REGRESI LINIER BERGANDA DAN UJI ASUMSI KLASIK