

ABSTRAK

Beberapa tahun belakangan ini, perkembangan bisnis eceran hypermarket paling tinggi dibandingkan jenis bisnis eceran lainnya di Indonesia. Dengan demikian, *Store Image* atau citra toko merupakan hal penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan untuk dapat menarik konsumen. Berkenaan dengan hal tersebut, maka penelitian ini mencoba mengidentifikasi variabel *store image* mana yang mempengaruhi Keputusan Pembelian (KP) konsumen. Adapun variabel *store image* yang digunakan meliputi fasilitas fisik (F), Barang dagangan (Bd), Penetapan Harga (Ph), Promosi (p), dan Pelayanan atau *Service* (S). Hasil penelitian secara keseluruhan menunjukkan terdapat pengaruh *Store Image* terhadap Keputusan Pembelian, hasil dari adjust R square 0.256 atau 25.6 % *Store Image* mempengaruhi Keputusan Pembelian dan sisanya 74.4 % dipengaruhi oleh faktor lain. Variabel F, Bd, dan S tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap KP. Adapun variabel yang memiliki pengaruh dominan adalah Ph dan P.

ABSTRACT

In recent years, the development of hypermarket retailing highest compared to othertypes of retail business in Indonesia. Thus, the Store Image is an important thing to note by the company to attract consumers. In this regard, this research tries to identify the variables which affect the image store Purchase Decision (KP) consumers. The image store variables used include physical facilities (F), merchandise (Bd), Pricing (Ph), Promotions (p), and Service (S). The results overall show any influence on the Image Store Purchase Decision, the results from the adjusted R square 25.6% 0256 or affect the Image Store Purchase Decision, and the rest 74.4% influenced by other factors. Variable F, Bd, and S does not have a significant effect on the KP. The variables have the dominant influence of Ph and P.

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| ABSTRACK..... | vii |
| <i>ABSTRACT</i> | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xvii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 6 |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian..... | 7 |
| 1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 8 |

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka

| | |
|------------------------------------|----|
| 2.1.1. Pengertian Retailing..... | 9 |
| 2.1.2. Jenis Retailing..... | 10 |
| 2.1.3. Pengertian Store Image..... | 12 |
| 2.1.4. Keputusan Pembelian..... | 21 |
| 2.2. Hubungan Antar Konsep..... | 26 |
| 2.3. Kerangka Pemikiran..... | 29 |
| 2.4. Hipotesis..... | 30 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|---|----|
| 3.1. Jenis Penelitian..... | 31 |
| 3.2. Definisi Operasional Variabel..... | 31 |
| 3.3 Populasi dan Sampel..... | 37 |
| 3.3.1 Gambaran Populasi Penelitian..... | 37 |
| 3.3.2 Teknik Penarikan Sampel..... | 37 |
| 3.4. Jumlah Sampel..... | 38 |
| 3.5 Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data..... | 38 |
| 3.5.1 Teknik Pengumpulan Data..... | 38 |
| 3.5.2 Prosedur Pengumpulan Data..... | 39 |

| | |
|--|-----------|
| 3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 39 |
| 3.6 Uji Normalitas..... | 40 |
| 3.7.1 Uji Validitas..... | 41 |
| 3.7.2 Uji Reliabilitas..... | 42 |
| 3.8 Uji Regresi..... | 42 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 45 |
| 4.1 Gambaran Objek Penelitian..... | 45 |
| 4.2 Analisa Normalitas..... | 46 |
| 4.3 Analisis Validitas..... | 47 |
| 4.4. Analisis Reliabilitas..... | 51 |
| 4.5 Analisis Karakteristik Responden..... | 52 |
| 4.5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 52 |
| 4.5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 53 |
| 4.5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan..... | 53 |
| 4.5.4 Data Penelitian mengenai Fasilitas Fisik..... | 54 |
| 4.5.5 Data Penelitian mengenai Barang Dagangan..... | 58 |
| 4.5.6 Data Penelitian mengenai Penetapan Harga..... | 61 |
| 4.5.7. Data Penelitian mengenai Promosi..... | 66 |
| 4.5.8 Data penelitian mengenai Pelayanan (Service)..... | 68 |
| 4.5.9. Data Penelitian mengenai Keputusan Pembelian..... | 72 |

| | |
|---|----|
| 4.6 Analisis Pengujian Hipotesis (Regresi)..... | 77 |
| 4.6.1 Analisis Pengujian Model Regresi..... | 77 |
| 4.7. Pembahasan Penelitian..... | 78 |
| 4.7.1. Pembahasan Faktor Store Image Fasilitas Fisik..... | 78 |
| 4.7.2 Pembahasan pada faktor Store Image Barang Dagangan..... | 79 |
| 4.7.3 Pembahasan pada Faktor Store Image Penetapan Harga..... | 80 |
| 4.7.4 Pembahasan pada faktor Store Image Promosi..... | 80 |
| 4.7.5 Pembahasan pada faktor Store Image Pelayanan..... | 81 |
| 4.8 Interpretasi Manajerial..... | 81 |
| BAB V KESIMPULAN | |
| 5.1 Kesimpulan..... | 85 |
| 5.2 Keterbasan | 86 |
| 5.3 Saran..... | 87 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 89 |
| LAMPIRAN..... | 91 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|-----------------------------------|---------|
| Gambar 1. Kerangka Pemikiran..... | 29 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|-------------|---|
| Tabel 1 | Tabel perkembangan <i>Hypermarket</i> tahun 2005..... 4 |
| Tabel 2 | Definisi Operasional Variabel..... 36 |
| Tabel 4.1 | Descriptive Statistics..... 46 |
| Tabel 4.2 | KMO and Bartlett's Test Awal..... 48 |
| Tabel 4.3 | Rotated Component Matrix Analisis Faktor Awal.....48 |
| Tabel 4.4 | KMO and Bartlett's Test Akhir..... 49 |
| Tabel 4.5 | Rotated Component Matrix Analisis Faktor Akhir.....50 |
| Tabel 4.6 | Reability Analisis-Scale (Alpha)..... 51 |
| Tabel 4.5.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 52 |
| Tabel 4.5.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 53 |
| Tabel 4.5.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan..... 53 |
| Tabel 4.10 | Penampilan luar Hypermart menarik..... 54 |
| Tabel 4.11 | Letaknya mudah didatangi atau strategis..... 55 |
| Tabel 4.12 | Kebersihan Hypermart Terjaga..... 55 |
| Tabel 4.13 | Temperatur ruangan nyaman..... 56 |
| Tabel 4.14. | Area Parkir Aman..... 57 |
| Tabel 4.15 | Tersedianya papan informasi petunjuk letak barang..... 57 |
| Tabel 4.16 | Mempunyai keanekaragaman produk dan merek yang lengkap..... 58 |
| Tabel 4.17 | Barang yang dibutuhkan selalu tersedia, stok tidak pernah habis... 59 |
| Tabel 4.18 | Produk yang dijual kualitasnya terjaga..... 60 |
| Tabel 4.19 | Penataan Barang tersusun rapih..... 60 |
| Tabel 4.20 | Barang yang dijual selalu inovatif..... 61 |

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel 4.21 | Saya membeli barang kebutuhan rumah tangga dengan harga yang lebih murah..... | 62 |
| Tabel 4.22 | Saya membeli barang elektronik dengan harga lebih murah..... | 63 |
| Tabel 4.23 | Saya membeli Bahan makanan dan minuman dengan harga lebih murah..... | 64 |
| Tabel 4.24 | Saya membeli pakaian dan asesorisnya dengan harga lebih murah..... | 64 |
| Tabel 4.25 | Saya membeli barang pelengkapan kantor dengan lebih murah..... | 65 |
| Tabel 4.26 | Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas barang/produk..... | 66 |
| Tabel 4.27 | Potongan harga yang diberikan sesuai dengan keinginan saya..... | 67 |
| Tabel 4.28 | Saya sering mendapatkan kupon undian berhadiah..... | 67 |
| Tabel 4.29 | Saya sering mendapatkan brosur/katalog belanja | 68 |
| Tabel 4.30 | Kasir Hypermart cepat dalam melayani pelanggan..... | 69 |
| Tabel 4.30 | Hypermart memberikan kemudahan dalam hal pembayaran..... | 70 |
| Tabel 4.31 | Karyawan Hypermart menguasai informasi tentang barang dagangan..... | 70 |
| Tabel 4.32 | Mudah dalam pengembalian barang bila tidak berkualitas..... | 71 |
| Tabel 4.33 | Karyawan Hypermart ramah..... | 72 |
| Tabel 4.34 | Saya berbelanja di Hypermart karena merasa butuh..... | 73 |
| Tabel 4.35 | Saya mencari informasi mengenai hypermart BIP dari berbagai sumber (iklan,media massa, teman, keluarga)..... | 73 |
| Tabel 4.36 | Setelah mendapat informasi mengenai Hypermart BIP saya membandingkannya dengan Hypermarket lainnya..... | 74 |
| Tabel 4.37 | Saya lebih memilih Hypermart BIP dibandingkan Hypermart lain.. | 75 |
| Tabel 4.38 | Saya akan berbelanja di Hypermart BIP..... | 76 |
| Tabel 4.39 | Saya akan kembali berbelanja di Hypermart BIP..... | 76 |

| | | |
|------------|----------------------|----|
| Tabel 4.40 | Anova (b)..... | 77 |
| Tabel 4.41 | Model Summary..... | 78 |
| Tabel 4.42 | Coefficients(a)..... | 78 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|---|---------|
| Lampiran 1 Kuisisioner..... | 91 |
| Lampiran 2 Uji Normalitas..... | 95 |
| Lampiran 3 Uji Validitas 1..... | 96 |
| Lampiran 4 Uji Validitas 2..... | 99 |
| Lampiran 5 Uji Validitas 3..... | 102 |
| Lampiran 6 Uji Realiabilitas..... | 105 |
| Lampiran 7 Karakteristik Responden..... | 109 |
| Lampiran 8 Klasifikasi Penilaian Responden..... | 110 |
| Lampiran 9 Uji Regresi..... | 120 |