

ABSTRAK

Perusahaan yang dapat bersaing dalam pasar global adalah perusahaan yang mempunyai komitmen untuk menciptakan dan mempertahankan kepuasan pelanggan. Demikian juga yang seharusnya terjadi pada industri *Retail*.

Sebuah Toko harus dapat menarik pengunjung sebanyak-banyaknya dengan tujuan menaikkan hasil penjualan. Salah satu strategi untuk menarik dan meningkatkan minat beli konsumen adalah dengan penerapan kebijakan atmosphere pada toko itu sendiri. Atmosphere toko itu sendiri terdiri dari empat elemen dasar yaitu Exterior (bagian luar toko), General Interior (Bagian dalam toko), Store Layout (Tata letak barang dalam toko), Interior Point of Purchase Display (Display bagian dalam toko).

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui kebijakan Atmosphere toko yang dapat meningkatkan minat beli konsumen dan untuk mengetahui hubungan atmosphere terhadap minat beli konsumen. Penelitian dilakukan dengan melakukan observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner kepada para konsumen toko Daiso Paris van Java.

Berdasarkan hasil perhitungan dan analisa mengenai peranan atmosphere dalam meningkatkan minat beli konsumen pada toko Daiso. Diperoleh hubungan yang kurang baik antara variabel X dan variabel Y dengan tingkat korelasi yang lemah atau tidak ada korelasi ($r_s = 0,11$) yang artinya atmosphere yang diciptakan oleh toko Daiso tidak berpengaruh atau berpengaruh lemah terhadap minat beli konsumen. Hal ini dibuktikan dari hasil perhitungan diatas menunjukkan $t_{hitung} = 0,77 < t_{tabel} = 1,6772$, Sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak, ini berarti tidak ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y atau dengan kata lain Atmosphere yang dilakukan oleh toko Daiso Paris van Java tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	2
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Kegunaan Penelitian.....	3
1.5 Kerangka Pemikiran.....	4
1.6 Metode Penelitian.....	7
1.7 Lokasi Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.2 Pengertian Bauran Pemasaran.....	9
2.3 Retailing.....	12
2.3.1 Pengertian Retailing.....	12
2.3.2 Jenis-jenis Retailing.....	13
2.3.3 Toserba sebagai salah satu jenis Retailing.....	19
2.4 Store Atmosphere.....	20
2.4.1 Elemen-elemen Store Atmosphere.....	21

2.4.1.1 Exterior.....	21
2.4.1.2 General Interior.....	25
2.4.1.3 Store Layout.....	29
2.4.1.4 Interior Point of Purchase Display.....	32
2.5 Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan toko dala berbelanja...	35
2.5.1 Lokasi dan tempat strategis.....	35
2.5.2 Atmosphere sebagai salah satu faktor yang digunakan untuk menarik pengnjung dan pembeli ditoko Daisi Paris van Java Bandung.....	35
2.6 Minat Beli.....	36
2.6.1 Pengertian Minat Beli.....	37
2.6.2 Unsur-unsur Minat Beli.....	37
2.6.3 Peranan Store Atmosphere terhadap Minat Beli.....	39
2.7 Kedudukan Perusahaan pada Pasar.....	40
2.7.1 Pasar pada situasi sekarang.....	40
2.7.2 Pasar pasa situasi ramai pribadi.....	40
2,7.3 Pasar pada situasi normal.....	41
2.7.4 Pasar pada situasi menelang hari khusus dan hari raya.....	41
2.8 Hubungan Atmosphere yang dikehendaki konsumen.....	41
2.8.1 Atmosphere yang dikehendaki konsumen.....	41
2.8.2 Atmosphere yang ada di toko Daiso Paris van Java Bandung.....	41
2.8.3 Atmosphere yang paling menonjol yang tampak ditoko Daiso Paris van Java Bandung untuk menghadapi pesaing.....	42

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	44
3.2 Metode Penelitian.....	44
3.2.1 Jenis dan Sumber Data.....	44
3.2.2 Teknik Pengumpul Data.....	45
3.2.3 Operasional Variabel.....	46
3.2.4 Teknik Penarikan Sampel.....	51
3.3 Teknik Pengolahan Data.....	52
3.4 Metode Analisis Data.....	53

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan.....	57
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	57
4.1.2 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	59
4.1.3 Kegiatan Usaha.....	61
4.2 Kebijakan Store Atmosphere yang dijalankan Toko Daiso Paris van Java Bandung.....	61
4.2.1 Elemen Exterior pada Toko Daiso Paris van Java Bandung.....	61
4.2.2 Elemen General Interior pada Toko Daiso Paris van Java Bandung.....	63
4.2.3 Elemen Store Layout pada Toko Daiso Paris van Java Bandung.....	65

4.2.4 Elemen Interior POP Display pada Toko Daiso Paris van Java Bandung.....	67
4.3 Hasil dan Analisis Penelitian.....	68
4.3.1 Analisis Profil Responden.....	69
4.3.2 Analisis tanggapan konsumen terhadap Store Atmosphere pada Toko Daiso Paris van Java Bandung.....	76
4.3.2.1 Penilaian konsumen terhadap Exterior.....	77
4.3.2.2 Penilaian konsumen terhadap General Interior....	80
4.3.2.3 Penilaian terhadap Store Layout.....	86
4.3.2.4 Penilaian konsumen terhadap Interior Point of Purchase Display atau POP Display.....	88
4.3.3 Analisis tanggapan konsumen terhadap keputusan pembelian di Toko Daiso Paris van Java.....	89
4.4 Analisis peranan Atmosphere dalam meningkatkan Minat Beli konsumen.....	93
4.4.1 Pengujian Hipotesis.....	99
4.4.2 Koefisien Determinasi.....	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran.....	104

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	46
Tabel 4.1 Jumlah Customer Toko Daiso Paris van Java.....	68
Tabel 4.2 Hasil Penjualan.....	68
Tabel 4.3 Responden berdasarkan jenis kelamin.....	69
Tabel 4.4 Responden berdasarkan usia.....	70
Tabel 4.5 Responden berdasarkan status.....	71
Tabel 4.6 Responden berdasarkan pekerjaan.....	71
Tabel 4.7 Responden berdasarkan pendapatan rata-rata perbulan	72
Tabel 4.8 Responden berdasarkan kunjungannya.....	73
Tabel 4.9 Tanggapan responden tentang transportasi yang dipakai.....	73
Tabel 4.10 Tanggapan responden tentang dengan siapa konsumen datang ketoko.....	74
Tabel 4.11 Tanggapan responden tentang lamanya berada didalam Toko.....	75
Tabel 4.12 Tanggapan responden tentang jumlah item yang dibeli.....	76
Tabel 4.13 Tanggapan responden tentang papan nama.....	77
Tabel 4.14 Tanggapan responden tentang pintu masuk toko.....	77
Tabel 4.15 Tanggapan responden tentang bangunan toko.....	78
Tabel 4.16 Tanggapan responden tentang lokasi toko.....	79
Tabel 4.17 Tanggapan responden tentang fasilitas tempat parkir.....	79
Tabel 4.18 Tanggapan responden tentang penerangan dalam toko.	80
Tabel 4.19 Tanggapan responden tentang aroma ruangan.....	81

Tabel 4.20 Tanggapan responden tentang tingkat kebisingan.....	81
Tabel 4.21 Tanggapan responden tentang temperatur udara.....	82
Tabel 4.22 Tanggapan responden tentang pelayanan pegawai toko.....	82
Tabel 4.23 Tanggapan responden tentang kualitas barang.....	83
Tabel 4.24 Tanggapan responden tentang barang-barang yang beragam.....	84
Tabel 4.25 Tanggapan responden tentang jumlah kasir.....	84
Tabel 4.26 Tanggapan responden tentang proses pembayaran.....	85
Tabel 4.27 Tanggapan responden tentang kebersihan toko.....	86
Tabel 4.28 Tanggapan responden tentang pengelompokkan barang.....	86
Tabel 4.29 Tanggapan responden tentang tata letak rak.....	87
Tabel 4.30 Tanggapan responden tentang kemudahan menjangkau barang.....	87
Tabel 4.31 Tanggapan responden tentang informasi letak barang.....	88
Tabel 4.32 Tanggapan responden tentang dekorasi toko.....	89
Tabel 4.33 Tanggapan responden tentang keteraturan dan kebersihan toko.....	89
Tabel 4.34 Tanggapan responden tentang tingkat kebisingan.....	90
Tabel 4.35 Tanggapan responden tentang dekorasi toko.....	91
Tabel 4.36 Tanggapan responden tentang lokasi toko.....	91
Tabel 4.37 Tanggapan responden tentang ketersediaan tempat parkir.....	92
Tabel 4.38 Tanggapan responden tentang suasana atau Atmosphere.....	93
Tabel 4.39 Perhitungan korelasi antara atmosphere dengan minat beli.....	94
Tabel 4.40 Perhitungan angka kembar Variabel X.....	96
Tabel 4.41 Perhitungan angka kembar Variabel Y.....	97