

ABSTRACT

Clothing store business development in Indonesia growing rapidly, looks more and more fashion stores are present where - where particularly in the cities - big cities like Jakarta, Bandung, Surabaya and so forth. A company tactics to attract consumers, one with a good implementation of store atmosphere. Application of store atmosphere, which, if applied properly in the fashion store chain, to provide comfort to consumers. Store atmosphere is comfortable, can create an atmosphere attractive to consumers that affect consumer buying interest to visit the fashion store chain. In this research we will discuss about the elements - elements of store atmosphere include exterior, interior, store layout, and interior displays. This research was conducted using non-probability sampling method by distributing questionnaires to 100 respondents in which respondents are customers or consumers who visit the fashion store "Skaters" Cihampelas Bandung. From the data obtained were analyzed quantitatively using SPSS 11.5. The results of data processing, obtained the value of Adjusted R Square of 0.214 in other words, exterior, interior, store layout and interior displays affect the consumer buying interest of 21.40%, while the remaining 78.60% influenced by other factors.

Keywords: Store Atmosphere, Exterior, Interior, Store Layout, Display Interior and buying interest

ABSTRAK

Perkembangan bisnis usaha toko pakaian di Indonesia semakin berkembang pesat, terlihat semakin banyaknya *fashion store* yang hadir dimana – mana terutama di kota – kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya dan sebagainya. Suatu taktik perusahaan untuk menarik perhatian konsumen, salah satunya dengan penerapan *store atmosphere* yang baik. Penerapan *store atmosphere* yang apabila diterapkan dengan baik pada *fashion store* tersebut, dapat memberikan rasa nyaman pada konsumen. *Store atmosphere* yang nyaman, dapat menciptakan suasana yang menarik pada konsumen sehingga mempengaruhi minat beli konsumen untuk mengunjungi *fashion store* tersebut. Dalam penelitian ini akan membahas mengenai elemen – elemen *store atmosphere* meliputi *exterior*, *interior*, *store layout*, dan *display interior*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *non probability sampling* dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dimana responden tersebut adalah pelanggan atau konsumen yang mengunjungi *fashion store* “Skaters” Cihampelas Bandung. Dari data yang diperoleh kemudian dianalisa secara kuantitatif dengan menggunakan program SPSS 11.5. Dari hasil pengolahan data, diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.214 dengan kata lain, *exterior*, *interior*, *store layout* dan *display interior* mempengaruhi minat beli konsumen sebesar 21.40 % sedangkan sisanya 78.60 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, *Exterior*, *Interior*, *Store Layout*, *Display Interior* dan Minat Beli.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....	8
2.1.1 <i>Store Atmosphere</i>	8
2.1.2 Elemen – Elemen <i>Atmosphere</i>	8
2.1.3 <i>Exterior</i>	9
2.1.4 <i>General Interior</i>	14
2.1.5 <i>Store Layout</i>	18
2.1.6 <i>Interior Point of Purchase Display</i>	21

2.1.7 Minat Beli	23
2.1.8 Unsur – Unsur Minat Beli	24
2.1.9 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Minat Beli	26
2.2 Kerangka Pemikiran.....	27
2.3 Pengembangan Hipotesis	27

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	29
3.2 Jenis Penelitian.....	29
3.3 Operasional Variabel.....	30
3.4 Populasi dan Sampel	35
3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data	37
3.7 Kuesioner dan Pengambilan Data	38
3.8 Teknik Analisis Data.....	39
3.8.1 Validitas.....	39
3.8.2 Reliabilitas	40
3.9 Analisis Regresi Berganda	40
3.10 Kriteria Pengujian Hipotesis	41
3.11 Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas	41
3.11.1 Uji Validitas Dengan Menggunakan Korelasi Bivariate.....	42
3.11.2 Analisis Uji Reliabilitas	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan	47
4.2 Gambaran Umum Responden	47
4.3 Analisis Pengujian Hipotesis.....	51

4.4 Analisis Besarnya Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> (<i>Exterior, Interior, Store layout</i> dan <i>Display interior</i>) Terhadap Minat Beli Konsumen.....	56
4.5 Implikasi Manajerial	57

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	58
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	59
5.3 Saran.....	59

DAFTAR PUSTAKA.....	61
----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	63
----------------------	-----------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (CURRICULUM VITAE)	73
--	-----------

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1	Diagram elemen – elemen <i>atmosphere</i>9
Gambar 2	Kerangka Pemikiran.....27

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Tabel Operasional Variabel 31
Tabel II	Kuesioner Penelitian <i>Store Atmosphere</i> dan minat beli konsumen 39
Tabel III	Korelasi Bivariate (pengujian validitas eksterior)..... 42
Tabel IV	Korelasi Bivariate (pengujian validitas interior)..... 43
Tabel V	Korelasi Bivariate (pengujian validitas <i>layout</i>)..... 44
Tabel VI	Korelasi Bivariate (pengujian validitas <i>display</i>) 44
Tabel VII	Korelasi Bivariate (pengujian validitas minat beli) 45
Tabel VIII	<i>Croanbach Alpha</i> 46
Tabel IX	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 47
Tabel X	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 48
Tabel XI	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan 49
Tabel XII	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran PerBulan 49
Tabel XIII	Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan ke <i>Fashion Store</i> “Skaters” Dalam 1 Bulan 50
Tabel XIV	Uji <i>anova Exterior, Interior, Store layout,</i> <i>dan Display interior</i> 51
Tabel XV	Uji <i>coefficients Exterior, Interior, Store layout,</i> <i>dan Display interior</i> 52
Tabel XVI	Uji <i>coefficients Store Atmosphere</i> 55
Tabel XVII	Uji model summary 56

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner	63
Lampiran B Korelasi bivariate (pengujian validitas eksterior)	66
Lampiran B Korelasi bivariate (pengujian validitas interior)	67
Lampiran B Korelasi bivariate (pengujian validitas <i>layout</i>)	67
Lampiran B Korelasi bivariate (pengujian validitas <i>display</i>)	68
Lampiran B Korelasi bivariate (pengujian validitas minat beli)	68
Lampiran C <i>Croanbach alpha</i>	69
Lampiran D Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	70
Lampiran D Karakteristik responden berdasarkan usia	70
Lampiran D Karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan	70
Lampiran D Karakteristik responden berdasarkan pengeluaran perbulan	71
Lampiran D Karakteristik responden berdasarkan Kunjungan ke <i>Fashion Store</i> “Skaters” Dalam 1 Bulan.....	71
Lampiran E Uji <i>anova Exterior, Interior, Store layout, dan Display interior</i>	71
Lampiran E Uji <i>coefficients Exterior, Interior, Store layout,</i> <i>dan Display interior</i>	72
Lampiran E Uji <i>coefficients Store Atmosphere</i>	72
Lampiran E Uji model summary <i>Exterior, Interior, Store layout,</i> <i>dan Display Interior</i>	72