

## ABSTRACT

Culinary business development at present is growing rapidly, and its business more and more popular. It can be seen more and more restaurants are present to meet consumer desires, but of the many restaurants do not all of them to meet consumer desires. Application of *store atmosphere*, which, if implemented well on Restaurants Therefore, we can provide comfort to the consumer thus affecting consumer purchase interest. This study aims to determine the influence of *store atmosphere* on consumer purchase interest in Jaya Surya Restaurant. In this research we will discuss about the elements - elements of store atmosphere include *exterior*, *interior*, *store layout*, and *display interior*. This research was conducted using *non-probability sampling* method by distributing questionnaires to 100 respondents in which respondents are consumers who visit the Surya Jaya Restaurant. From the data obtained were analyzed quantitatively using SPSS 14. From the data processing, found that *store atmosphere* affects purchase interest. Partially, *interior* dimensions and *display interior* significant effect on buying interest while the *exterior* and *store layout* does not significantly influence consumer buying interest at Surya Jaya Restaurant. The value of *Adjusted R Square* of 0.335 in other words, *exterior*, *interior*, *store layout* and *interior displays* affect the consumer buying interest at 33.5% while the remaining 66.5% influenced by other factors.

**Keywords:** *Store Atmosphere*, buying interest.

## ABSTRAK

Perkembangan usaha kuliner saat ini semakin berkembang dengan pesat, dan bisnisnya semakin banyak diminati. Dapat dilihat semakin banyaknya rumah makan yang hadir untuk memenuhi keinginan konsumen, namun dari sekian banyak rumah makan tidak semuanya dapat memenuhi keinginan konsumen. Penerapan *store atmosphere* yang apabila diterapkan dengan baik pada Rumah makan tersebut, dapat memberikan rasa nyaman pada konsumen sehingga mempengaruhi minat beli konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Surya Jaya. 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 konsumen yang mengunjungi Rumah Makan Surya Jaya. Dari data yang diperoleh kemudian dianalisa secara kuantitatif dengan menggunakan program SPSS 14. Dari hasil pengolahan data, diperoleh bahwa *store atmosphere* berpengaruh terhadap minat beli. Secara parsial, dimensi *interior* dan *display interior* berpengaruh signifikan terhadap minat beli sedangkan *exterior* dan *store layout* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Rumah Makan Surya Jaya. Besarnya nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.335 dengan kata lain, *exterior*, *interior*, *store layout* dan *display interior* mempengaruhi minat beli konsumen sebesar 33.5% sedangkan sisanya 66.5% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata Kunci:** *Store Atmosphere*, Minat Beli.

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR F GRAFIK</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Kegunaan Penelitian .....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	7
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	8
2.1.3 Bauran pemasaran .....	10
2.1.4 Store Atmosphere .....	11
2.1.4.1 Exterior .....	13
2.1.4.2 General Interior .....	16

2.1.4.3 Store Layout .....	20
2.1.4.4 <i>Interior Point of Purchase Display</i> .....	24
2.1.5 Minat Beli .....	25
2.1.6 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Minat Beli .....	28
2.2 Kerangka Pemikiran .....	31
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	31

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian .....	32
3.2 Jenis Penelitian .....	33
3.3 Operasional Variabel .....	33
3.4 Populasi dan Sampel .....	37
3.5 Teknik Pengambilan Sampel .....	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.7 Kuesioner dan Pengambilan Data .....	40
3.8 Teknik Analisis Data .....	41
3.8.1 Validitas .....	41
3.8.2 Reliabilitas.....	42
3.9 Analisis Regresi Berganda.....	42
3.10 Kriteria Pengujian Hipotesis.....	43
3.11 Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
3.11.1 <i>KMO-MSA</i> .....	43
3.11.2 <i>Bartlett's of Spehericity</i> .....	45
3.11.3 <i>Anti image matrices</i> .....	46
3.11.4 <i>Communalities</i> .....	47
3.11.5 <i>Total Variance Explained</i> .....	48
3.11.6 <i>Component Matrix</i> .....	49
3.11.7 Analisis Pengujian Reliabilitas .....	49

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Profil Perusahaan .....	52
4.2 Karakteristik Responden .....	53
4.3 Store Atmosphere di Rumah Makan Surya Jaya .....	55
4.3.1 Penilaian Konsumen Atas Exterior Rumah Makan Surya Jaya.....	56
4.3.2 Penilaian Konsumen Atas Interior Rumah Makan Surya Jaya....	58
4.3.3 Penilaian Konsumen Atas Store Layout Rumah Makan Surya Jaya....	61
4.3.4 Penilaian Konsumen Atas Display Interior Rumah Makan Surya Jaya .....	63
4.4 Minat Beli Konsumen Rumah Makan Surya Jaya .....	66
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	68
4.5.1 Uji Normalitas .....	68
4.5.2 Uji Multikolinearitas .....	69
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas .....	70
4.6 Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat beli konsumen di Rumah Makan Surya Jaya .....	71
4.6.1 Pengujian Secara Simultan .....	74
4.6.2 Pengujian Secara Parsial .....	75
4.6.3 Analisis Korelasi Berganda .....	78
4.7 Implikasi Manajerial .....	90

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Simpulan .....	80
5.3 Saran .....	80

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
-----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>84</b>
-----------------------	-----------

<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (CURRICULUM VITAE).....</b>	<b>74</b>
---	-----------

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1	Diagram elemen–elemen <i>atmosphere</i> ..... 12
Gambar 2	Kerangka Pemikiran ..... 31
Gambar 3	Garis Kontinum Penilaian Konsumen Atas Exterior .....57
Gambar 4	Garis Kontinum Penilaian Konsumen Atas Interior .....60
Gambar 5	Garis Kontinum Penilaian Konsumen AtasStore Layout.....62
Gambar 6	Garis Kontinum Penilaian Konsumen Atas Display Interior .....65
Gambar 7	Garis Kontinum Penilaian Konsumen Atas Minat Beli Konsumen.....67

## DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel I	Tabel Operasional Variabel .....	34
Tabel II	Kuesioner Penelitian <i>Store Atmosphere</i> dan minat beli konsumen .....	41
Tabel III	KMO Keiser Meyer Olkin .....	44
Tabel IV	Bartlett's Test of sphericity .....	45
Tabel V	Anti Image Matrices .....	46
Tabel VI	Communalities.....	47
Tabel VII	Total Variance Explained.....	48
Tabel VIII	Component Matrix.....	49
Tabel IX	Pengujian Reabilitas.....	50
Tabel X	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
Tabel XI	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel XII	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	54
Tabel XIII	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	54
Tabel XIV	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Dalam 1 Bulan .....	55
Tabel XV	Penilaian Atas Exterior.....	56
Tabel XVI	Penilaian Atas Interior.....	58
Tabel XVII	Penilaian Atas Store Layout .....	61
Tabel XVIII	Penilaian Atas Display Interior .....	63
Tabel XIX	Penilaian Atas Minat Beli Konsumen .....	66
Tabel XX	Uji Normalitas .....	68
Tabel XXI	Uji Multikolinieritas .....	69
Tabel XXII	Analisis Regresi Berganda .....	72
Tabel XXIII	Pengujian Hipotesis Secara Simultan.....	74
Tabel XXIV	Pengujian Hipotesis Secara Parsial .....	77

Tabel XXV Analisis Korelasi Berganda ..... 78



## DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 1 Scatterplot .....	65

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A .....	84
Lampiran B .....	87
Lampiran C .....	102
Lampiran D .....	106
Lampiran E .....	110
Lampiran F .....	113