

## ABSTRACT

Market which ever change dynamicly from time of especially in era of globalization like this time, claiming organizer of distro to be able to improve service and develop professionalisme. This matter also applies to groth of modern business at retail Indonesia, what grow and expand because of change of good society life style town and also countryside. This research town of Purwakarta where the Distro reside in, with amount of population 400 and taken as sample counted 200 responder. Sample taken by using method of random sampling. Data result of questionnaire tested with validity test, that is test of pearson by using value equal to 0,3 hence data told is valid, and test of reliabilitas by using test of cronbach's alpha with criterion assess alpha 0.60. Data analyst use analysis of regresi simple. Result of this research to show that aerospace store of influential positive and signifikan to decision of purchasing of consumer Distro Mars of Purwakarta. Which are positive and significant influence is proved by value significant research ( $p$ )  $0.00 \leq$  reality level ( $\alpha$ ) 0.05, whereas level of influence is as high as 29,9%. Result of this research give conclusion that the company have to pay attention aerospace store distro so that more improved so that improve decision of purchasing of consumer of although not have an effect on too big. Aerospace Store have an effect on to decision of purchasing equal to 29.90%, while the rest influenced by other factor .

Keyword : Store Atmospher, Decision of purchasing

## ABSTRAK

Pasar yang senantiasa berubah secara dinamis dari waktu ke waktu terutama dalam era globalisasi seperti sekarang ini, menuntut para pengelola distro untuk dapat meningkatkan pelayanan dan mengembangkan profesionalisme. Penelitian ini dilakukan kota Purwakarta dimana Distro tersebut berada, dengan jumlah populasi 400 dan yang dijadikan sampel sebanyak 200 responden. Sampel diambil dengan menggunakan metode random sampling. Data hasil kuisioner diuji dengan uji validitas, yaitu uji pearson dengan menggunakan nilai sebesar  $\geq 0,3$  maka data dikatakan valid, dan uji reliabilitas dengan menggunakan uji *cronbach's alpha* dengan kriteria nilai *alpha*  $\geq 0.60$ . Analisis data menggunakan analisis regresi sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa store atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Distro Mars Purwakarta. Pengaruh yang positif dan signifikan dibuktikan dengan nilai signifikansi penelitian ( $p$ ) sebesar  $0.00 \leq$  taraf nyata ( $\alpha$ ) yaitu sebesar 0.05, sedangkan besarnya pengaruh adalah sebesar 29,9%. Hasil penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa perusahaan tersebut harus memperhatikan store atmosphere pada distro supaya lebih ditingkatkan sehingga meningkatkan keputusan pembelian konsumen walaupun tidak berpengaruh terlalu besar. Store atmosphere berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 29.90%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci : *Store atmospher*, Keputusan pembelian

## DAFTAR ISI

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

### BAB I PENDAHULUAN1

1.1	Latar belakang penelitian.....	1
1.2	Rumusan masalah.....	5
1.3	Tujuan penelitian.....	5
1.4	Manfaat penelitian.....	5

### BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN.....7

2.1	Kajian Pustaka.....	7
2.1.1	Konsep Retailing dan Retailer.....	7
2.1.2	Jenis-jenis Retailer.....	8
2.1.3	Bauran Eceran (Retailing Mix).....	9

2.1.4	Store Atmosphere.....	10
2.1.4.1	Tujuan dan Pengaruh Store Atmosphere.....	11
2.1.4.2	Elemen Store Atmosphere.....	12
2.1.5	Tahap Konatif dalam Proses Pengambilan Keputusan.....	16
2.1.5.1	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku konsumen.....	18
2.1.5.2	Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian.....	21
2.2	Kerangka Pemikiran.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....		31
3.1	Metode Penelitian.....	31
3.1.1	Objek Penelitian.....	31
3.2	Jenis Penelitian.....	31
3.3	Operasional variabel.....	32
3.4	Populasi dan Sampel.....	34
3.4.1	Metode Pengambilan Sampel.....	34
3.5	Teknik Pengambilan Data.....	36
3.6	Rancangan Analisi Data dan Uji Hipotesis.....	37
3.6.1	Rancangan Uji Hipotesis.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Hasil Pengumpulan Data.....	44
4.1.1	Data Demografi Responden.....	44
4.1.2	Analisis Deskriptif variable x terhadap variable y berdasarkan indikator pertanyaan.....	46
4.1.3	Analisi Menyeluruh Mengenai Store Atmosphere dan Keputusan Pembelian.....	70

4.2	Metode Analisis Instrumen.....	71
4.2.1	Uji Validitas.....	71
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	76
4.3	Hasil Pengujian Hipotesis Analisi Regresi.....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		84
5.1	Kesimpulan.....	84
5.2	Implikasi dan Saran bagi Distro Mars Clothing.....	86
5.3	Keterbatasan dan Saran Bagi Penelitian Akan Mendatag.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....		89
LAMPIRAN.....		91
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS.....		92

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.5 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4.30 Model Hasil Penelitian Store Atmosphere (X) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....	82

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....33
Tabel 3.2	Interprestasi Nilai Korelasi.....41
Tabel 4.1	Data Demografi Responden.....45
Tabel 4.2	Lambang dan Nama Perusahaan terlihat jelas.....46
Tabel 4.3	Lambang Perusahaan.....46
Tabel 4.4	Bangunan Toko Distro memiliki Keindahan.....47
Tabel 4.5	Bangunan Toko.....48
Tabel 4.6	Letak Distro yang Strategis.....48
Tabel 4.7	Letak Toko.....49
Tabel 4.8	Tempat Parkir yang Luas.....50
Table 4.9	Fasilitas Parkir.....50
Tabel 4.10	Papan Nama Distro Dapat Dilihat Oleh Para Pengunjung.....51
Tabel 4.11	Papan Nama.....51
Tabel 4.12	Pintu Masuk Distro Mudah di Akses.....52
Tabel 4.13	Pintu Masuk.....52
Tabel 4.14	Di dalam Distro Kebersihan Terjaga.....53
Tabel 4.15	Kebersihan Toko.....53
Tabel 4.16	Pencahayaan di Dalam Distro Terang.....54
Tabel 4.17	Tingkat Pencahayaan.....54

Tabel 4.18	Alunan Musik di Dalam Distro Nyaman.....	55
Tabel 4.19	Alunan Musik.....	56
Tabel 4.20	Suhu Udara di Dalam Distro Sejuk.....	57
Tabel 4.21	Suhu Udara.....	57
Tabel 4.22	Aroma di Dalam Distro Menyegarkan.....	58
Tabel 4.23	Aroma di dalam Distro.....	58
Tabel 4.24	Merchandise Yang Ditawarkan di Distro Bervariasi.....	59
Tabel 4.25	Merchandise yang ditawarkan.....	59
Tabel 4.26	Tampilan Daftar Harga Setiap Produk Terlihat Jelas.....	60
Tabel 4.27	Display Daftar Harga.....	60
Tabel 4.28	Pengaturan Gang-gang di Dalam Distro terlihat luas.....	61
Tabel 4.29	Tingkat Pengaturan antar Produk yang ditawarkan.....	62
Tabel 4.30	Ruang Ganti di Dalam Distro Nyaman.....	63
Tabel 4.31	Ruang Ganti yang Nyaman.....	63
Tabel 4.32	Produk dikumpulkan Dalam satu divisi yang berbeda.....	64
Tabel 4.33	Pengelompokan Produk.....	64
Tabel 4.34	Penciptaan Display pada Event-event khusus begitu menarik.....	65
Tabel 4.35	Penciptaan Display pada Event-event Khusus.....	65
Tabel 4.36	Petunjuk arah baik masuk atau keluar terlihat jelas.....	66
Tabel 4.37	Tingkat tanda petunjuk arah.....	67
Tabel 4.38	Tersedianya Poster di dalam Distro menarik pembeli.....	68



Tabel 4.39	Ketersediaan Poster.....	68
Tabel 4.40	Display Setiap Produk sungguh Menarik.....	69
Tabel 4.41	Display Setiap Produk.....	69
Tabel 4.42	Uji Validitas Pearson Variabel X.....	73
Tabel 4.43	Uji Validitas Peason Variabel Y.....	75
Tabel 4.44	Uji Reliabilitas Variabel X.....	77
Tabel 4.45	Uji Reliabilitas Variabel Y.....	78
Tabel 4.46	Anova.....	79
Tabel 4.47	Coefficients.....	80
Tabel 4.48	Pengaruh Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	81
Tabel 4.49	Keeratan Hubungan Antar Konstruk/Variabel.....	82