

ABSTRACT

In recent decades the rise of competition in the global business world. This makes business people vying for the position of their best. Marketing strategy became one benchmark a company's success.

One business that is growing in Indonesia today is the retail business Indomaret minimarket. By looking at the phenomenon of researchers intend to research whether there is influence strategies in a variable Atmosphere Store, Quality of Service, Fittings Goods and Fairness Price to Buy Consumer Intentions on Indomaret shop in Bandung.

This research uses Causal explanatory research. The sampling technique that is non-probability sampling and purposive sampling procedure 148 respondents at Maranatha Christian University. The data were processed using SPSS to perform normality test, outliers, heterokedastisitas test, multicollinearity test, validity, reliability and test hypotheses.

From the results of the overall research hypotheses and results showed that the four variables have an influence on consumer Purchase Intentions. Large effect of 31.5 % for Atmospheric Stores, 25 % for Service Quality, 17 % for Completeness of Goods, and 16.9 % for Fairness Price.

The company is expected to further improve the strategy of the four variables that have been there, so that the company can maintain and enhance the consumer 's purchase intention in the long term.

Keywords : *Atmospheric Store, Quality of Service, Fittings Goods, Fairness Price, and Purchase Intention.*

ABSTRAK

Dalam beberapa dekade terakhir ini semakin maraknya persaingan dalam dunia bisnis secara global. Hal ini membuat para pelaku bisnis berlomba-lomba untuk memperebutkan posisi terbaik mereka. Strategi pemasaran pun menjadi salah satu tolak ukur suatu keberhasilan perusahaan.

Salah satu bisnis yang sedang berkembang di Indonesia saat ini ialah bisnis ritel minimarket Indomaret. Dengan melihat fenomena tersebut peneliti bermaksud untuk meneliti apakah ada pengaruh strategi dalam variabel Atmosfir Toko, Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Barang, serta Kewajaran Harga terhadap Niat Beli konsumen pada toko Indomaret di Bandung.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *Causal Explanatory*. Teknik pengambilan sampel yakni *non probability sampling* dengan prosedur *purposive sampling* sebanyak 148 responden di Universitas Kristen Maranatha. Data diolah menggunakan SPSS dengan melakukan uji normalitas, uji outlier, uji heterokedastisitas, uji multikolinearitas, uji validitas, uji reliabilitas dan uji hipotesis. Dari hasil penelitian secara keseluruhan dan hasil hipotesis menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap Niat Beli konsumen. Besar pengaruhnya sebesar 31,5% untuk Atmosfer Toko, 25% untuk Kualitas Pelayanan, 17% untuk Kelengkapan Barang, dan 16,9% untuk Kewajaran Harga.

Perusahaan diharapkan untuk semakin meningkatkan strategi dari keempat variabel yang telah ada, agar perusahaan tetap dapat mempertahankan serta meningkatkan niat beli konsumen dalam jangka waktu yang panjang.

Kata-kata kunci : Atmosfer Toko, Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Barang, Kewajaran Harga, dan Niat Beli.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGUNAKAN PERUSAHAAN	
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	
KATA PENGANTAR	i
ABSTRACT.....	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8

1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN	10
DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	10
2.1 Kajian Pustaka	10
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.2 Pengertian Produk.....	11
2.1.3 Pengertian Ritel.....	11
2.1.4 Pengertian Bauran Ritel	12
2.1.5 Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	15
2.1.6 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	16
Karakteristik Jasa	18
Klasifikasi Jasa	19
2.1.7 Pengertian kelengkapan barang	20
2.1.8 Pengertian Harga.....	21
2.1.9 Niat Beli.....	24
2.2 Rerangka Teoritis	27
2.3 Rerangka Pemikiran	28
2.4 Penelitian Terdahulu.....	29
2.5 Pengembangan Hipotesis	32
2.6. Model Penelitian.....	33

BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Objek Penelitian	34
3.3 Variabel dan Operasionalisasi Variabel	35
3.4 Populasi dan Sampel	40
3.4.1 Populasi.....	40
3.4.2 Sampel	40
3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.6 Metode Pengumpulan Data	41
3.7 Metode Analisis Data	42
3.7.1 Uji Instrumen Penelitian	43
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.7.3 Uji Regresi Sederhana	47
3.7.4 Uji Hipotesis	47
3.7.5 Uji Koefisien Determinasi	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Karakteristik Responden	50
4.1.1 Jenis Kelamin.....	51
4.1.2 Usia	52
4.1.3 Pengeluaran per bulan.....	53

4.2 Pernyataan responden mengenai variable atmosfir toko	54
4.2.1 Papan nama toko Indomaret terlihat jelas.....	54
4.2.2 Kondisi ruangan indomaret bersih.....	55
4.2.3 Suhu udara toko Indomaret sejuk	56
4.2.4 Fasilitas dalam toko Indomaret secara keseluruhan memberikan kenyamanan yang baik.....	57
4.2.5 Musik yang diputar di toko Indomaret menimbulkan rasa betah berbelanja pada toko tersebut.....	58
4.2.6 Penataan barang di toko Indomaret rapi	59
4.3 Pernyataan responden mengenai variable Kualitas Pelayanan.....	60
4.3.1 Toko Indomaret memiliki jam buka sesuai dengan yang dikomunikasikan.....	60
4.3.2 Toko Indomaret memiliki jam tutup sesuai dengan yang dikomunikasikan.....	61
4.3.3 Pelayan toko Indomaret selalu bersedia membantu dalam mencari produk saat berbelanja	62
4.3.4 Pelayan toko Indomaret tersenyum menyambut kedatangan konsumen	63
4.3.5 Pelayan toko Indomaret mengucapkan salam menyambut kedatangan konsumen.....	64

4.3.6 Pelayan toko Indomaret mengucapkan terima kasih saat saya meninggalkan toko.....	65
4.4 Pernyataan responden mengenai variable Kelengkapan Barang.....	66
4.4.1 Produk yang ditawarkan toko Indomaret lengkap	66
4.4.2 Toko Indomaret menjual berbagai macam produk kebutuhan dari berbagai macam merek.....	67
4.5 Pernyataan responden mengenai variable Kewajaran Harga	68
4.5.1 Harga yang ditawarkan toko Indomaret sesuai dengan kualitas produknya.....	68
4.5.2 Harga yang ditawarkan toko Indomaret sesuai dengan desain produknya	69
4.5.3 Harga yang ditawarkan toko Indomaret lebih murah daripada toko lain yang sejenis.....	70
4.6 Pernyataan responden mengenai variable Niat Beli.....	71
4.6.1 Kondisi toko Indomaret menarik niat saya untuk membeli produk.....	71
4.6.2 Kehadiran toko Indomaret menjadikan saya ingin tahu tentang perkembangan produk.....	72
4.6.3 Produk yang ditawarkan sesuai dengan selera saya sehingga saya tertarik untuk membeli.....	73

4.7 Uji Normalitas	74
4.8 Uji Outlier.....	75
4.9 Uji Multikolinearitas	78
4.10 Uji Validitas	79
4.11 Uji Reliabilitas.....	87
4.11.1 Uji Reliabilitas Variabel X1 (Atmosfir Toko).....	88
4.11.2 Uji Reliabilitas Variabel X2 (Kualitas Pelayanan)	89
4.11.3 Uji Reliabilitas Variabel X3 (Kelengkapan Barang)	91
4.11.4 Uji Reliabilitas Variabel X4 (Kewajaran Harga).....	92
4.11.5 Uji Reliabilitas Variabel Y (Niat Beli)	93
4.12 Uji Hipotesis.....	94
4.12.1 Uji Hipotesis Atmosfir Toko	94
4.12.2 Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan	97
4.12.3 Uji Hipotesis Kelengkapan Barang.....	100
4.12.4 Uji Hipotesis Kewajaran Harga	103
4.13 Pembahasan	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	108
5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Saran.....	112
Bagi Perusahaan.....	112

Implikasi Manajerial	113
5.3 Keterbatasan Penelitian	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Rerangka Teoritis	27
Gambar 2 Rerangka Pemikiran	28
Gambar 3 Model Penelitian	33

DAFTAR TABEL

Tabel I Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel II Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel III Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	51
Tabel IV Karakteristik responden berdasarkan usia	52
Tabel V Karakteristik responden berdasarkan pengeluaran per bulan.....	53
Tabel VI Pernyataan responden terhadap papan nama toko Indomaret terlihat jelas	54
Tabel VII Pernyataan responden terhadap kondisi ruangan indomaret bersih.....	55
Tabel VIII Pernyataan responden terhadap suhu udara toko Indomaret sejuk	56
Tabel IX Pernyataan responden terhadap fasilitas dalam toko Indomaret secara keseluruhan memberikan kenyamanan yang baik	57
Tabel X Pernyataan responden terhadap musik yang diputar di toko Indomaret menimbulkan rasa betah berbelanja pada toko tersebut	58
Tabel XI Pernyataan responden terhadap penataan barang di toko Indomaret rapi	59
Tabel XII Pernyataan responden terhadap toko Indomaret memiliki jam buka sesuai dengan yang dikomunikasikan	60

Tabel XIII Pernyataan responden terhadap toko Indomaret memiliki jam tutup sesuai dengan yang dikomunikasikan.....	61
Tabel XIV Pernyataan responden terhadap pelayan toko Indomaret selalu bersedia membantu dalam mencari produk saat berbelanja	62
Tabel XV Pernyataan responden terhadap pelayan toko Indomaret tersenyum menyambut kedatangan konsumen.....	63
Tabel XVI Pernyataan responden terhadap pelayan toko Indomaret mengucapkan salam menyambut kedatangan konsumen.....	64
Tabel XVII Pernyataan responden terhadap pelayan toko Indomaret mengucapkan terima kasih saat saya meninggalkan toko.....	65
Tabel XVIII Pernyataan responden terhadap produk yang ditawarkan toko Indomaret lengkap.....	66
Tabel XIX Pernyataan responden terhadap toko Indomaret menjual berbagai macam produk kebutuhan dari berbagai macam merek	67
Tabel XX Pernyataan responden terhadap harga yang ditawarkan toko Indomaret sesuai dengan kualitas produknya	68
Tabel XXI Pernyataan responden terhadap harga yang ditawarkan toko Indomaret sesuai dengan desain produknya	69
Tabel XXII Pernyataan responden terhadap harga yang ditawarkan toko Indomaret lebih murah daripada toko lain yang sejenis	70

Tabel XXIII Pernyataan responden terhadap kondisi toko Indomaret	
menarik niat saya untuk membeli produk	71
Tabel XXIV Pernyataan responden terhadap kehadiran toko Indomaret	
menjadikan saya ingin tahu tentang perkembangan produk	72
Tabel XXV Pernyataan responden terhadap produk yang ditawarkan	
sesuai dengan selera saya sehingga saya tertarik untuk membeli	73
Tabel XXVI One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	74
Tabel XXVII Uji Outlier Awal	76
Tabel XXVIII Uji Data Terbebas Outlier	77
Tabel XXIX Coefficients ^a	78
Tabel XXX Tabel Pearson Correlation Variabel X1 (Atmosfir Toko).....	79
Tabel XXXI Tabel Pearson Correlation Variabel X2 (Kualitas Pelayanan).....	81
Tabel XXXII Tabel Pearson Correlation Variabel X3 (Kelengkapan Barang)	83
Tabel XXXIII Tabel Pearson Correlation Variabel X4 (Kewajaran Harga).....	84
Tabel XXXIV Tabel Correlation Variabel Y awal (Niat Beli).....	85
Tabel XXXV Tabel Correlation Variabel Y akhir (Niat Beli).....	86
Tabel XXXVI Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 (Atmosfir Toko).....	88
Tabel XXXVII Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 (Atmosfir Toko)	88
Tabel XXXVIII Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2 (Kualitas Pelayanan)	89
Tabel XXXIX Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2 (Kualitas Pelayanan).....	89

Tabel XL Hasil Uji Reliabilitas Variabel X3 (Kelengkapan Barang).....	91
Tabel XLI Hasil Uji Reliabilitas Variabel X3 (Kelengkapan Barang)	91
Tabel XLII Hasil Uji Reliabilitas Variabel X4 (Kewajaran Harga)	92
Tabel XLIII Hasil Uji Reliabilitas Variabel X4 (Kewajaran Harga)	92
Tabel XLIV Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Niat Beli)	93
Tabel XLV Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Niat Beli).....	93
Tabel XLVI Coefficients ^a Atmosfir Toko.....	94
Tabel XLVII ANOVA ^b Atmosfir Toko	95
Tabel XLVIII Model Summary Atmosfir Toko.....	96
Tabel XLIX Coefficients ^a Kualitas Pelayanan.....	97
Tabel L ANOVA ^b Kualitas Pelayanan.....	97
Tabel LI Model Summary Kualitas Pelayanan	99
Tabel LII Coefficients ^a Kelengkapan Barang	100
Tabel LIII ANOVA ^b Kelengkapan Barang.....	100
Tabel LIV Model Summary Kelengkapan Barang	102
Tabel LV Coefficients ^a Kewajaran Harga	103
Tabel LVI ANOVA ^b Kewajaran Harga	103
Tabel LVII Model Summary Kewajaran Harga.....	105

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

Lampiran 2 Hasil Tabulasi

Lampiran 3 Hasil Output

Lampiran 4 Jurnal Utama