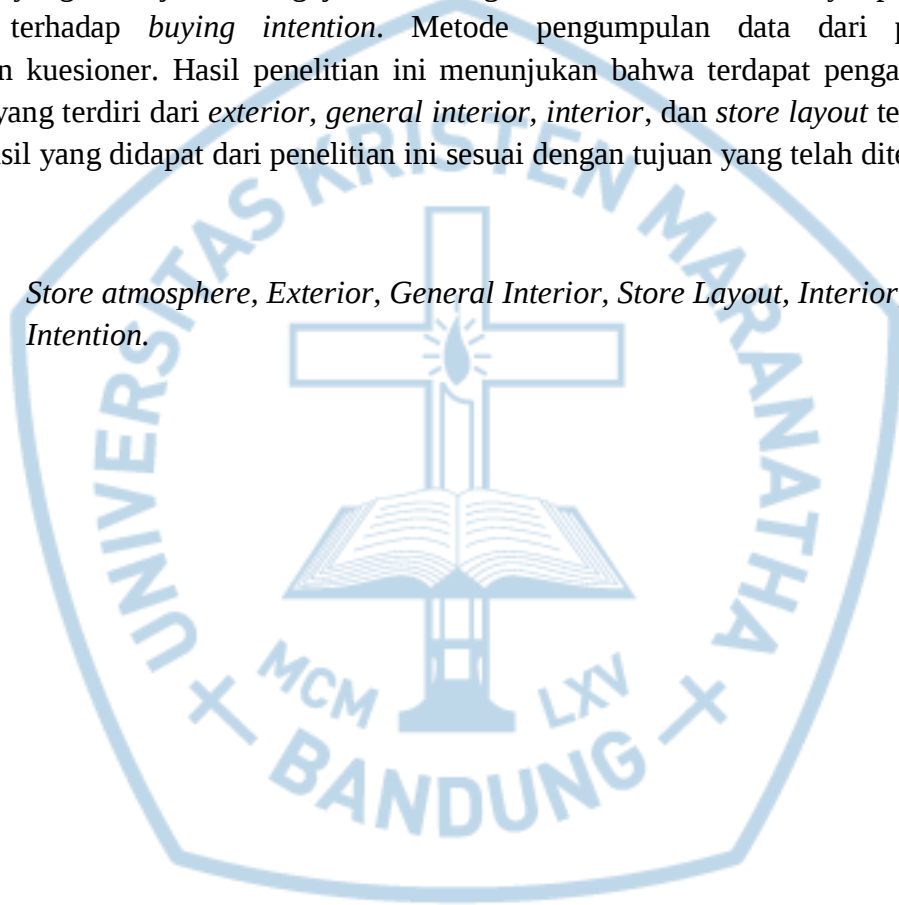


ABSTRAK

Buying intention atau minat beli konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah *store atmosphere*. Penelitian ini meneliti pengaruh *store atmosphere* terhadap *buying intention* konsumen. *Store atmosphere* sendiri terdiri dari beberapa variable yaitu, *exterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior*. *Buying intention* adalah minat beli konsumen, dalam penelitian ini minat beli yang diteliti adalah melalui pengaruh dari *store atmosphere*. Berdasarkan tujuan penelitiannya, penelitian ini menggunakan jenis penelitian *Causal Explanatory* yang bertujuan menguji dan menganalisa ada atau tidaknya pengaruh *store atmosphere* terhadap *buying intention*. Metode pengumpulan data dari penelitian ini menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari *store atmosphere* yang terdiri dari *exterior*, *general interior*, *interior*, dan *store layout* terhadap *buying intention*. Hasil yang didapat dari penelitian ini sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Kata kunci : *Store atmosphere, Exterior, General Interior, Store Layout, Interior, Buying Intention.*



ABSTRACT

Buying intention or interest in consumer purchasing affected by many factors, one of which is the store atmosphere. This study investigated the effect of store atmosphere for consumer buying intention. Store atmosphere itself consists of several variables, namely, exterior, general interior, store layout and interior. Buying intention is consumer buying interest, in this study investigated buying interest is through the influence of store atmosphere. Based on the research goals, this study uses Causal explanatory type of research that aims to test and analyze whether or not the store atmosphere influence on buying intention. The method of collecting data from this study using a questionnaire. These results indicate that there is an influence of store atmosphere consisting of exterior, general interior, interior, and store layout to buying intention. The results of this study in accordance with its intended purpose.

Keywords: Store atmosphere, Exterior, Interior General, Store Layout, Interior, Buying Intention.

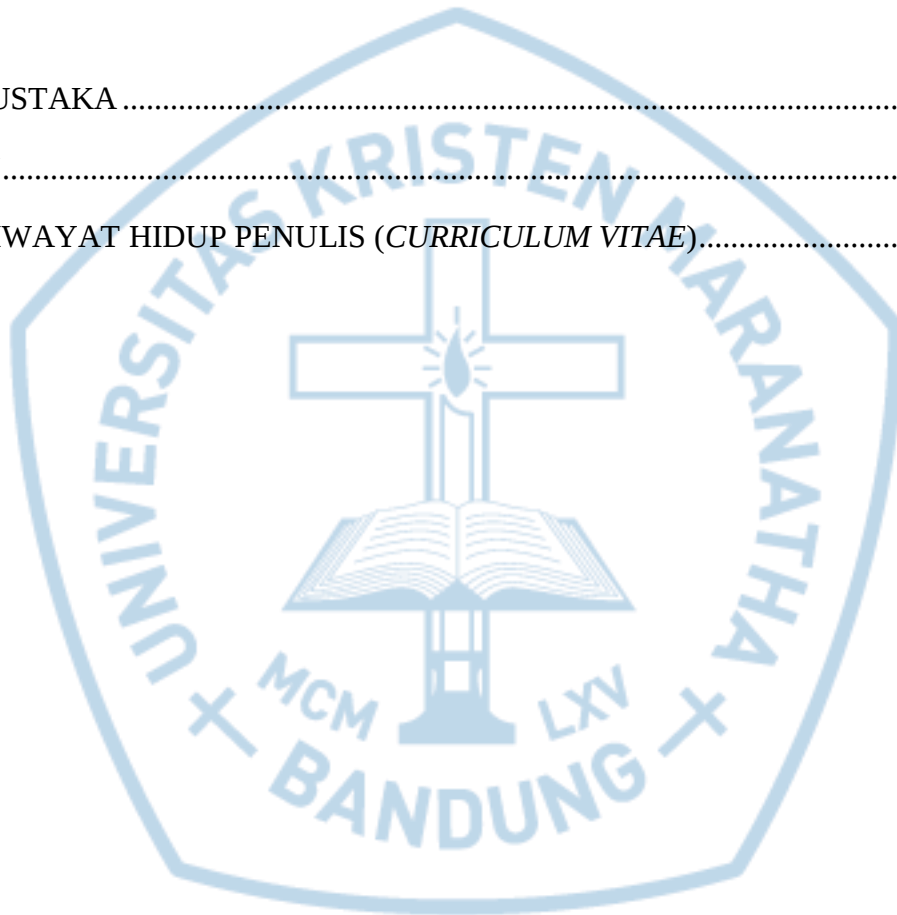


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....	 8
2.1 Kajian Pustaka	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	10
2.1.4 Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	14
2.1.5 Elemen-Elemen <i>Store Atmosphere</i>	15
2.1.6 <i>Buying Intention</i>	22
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Rerangka Konseptual.....	27

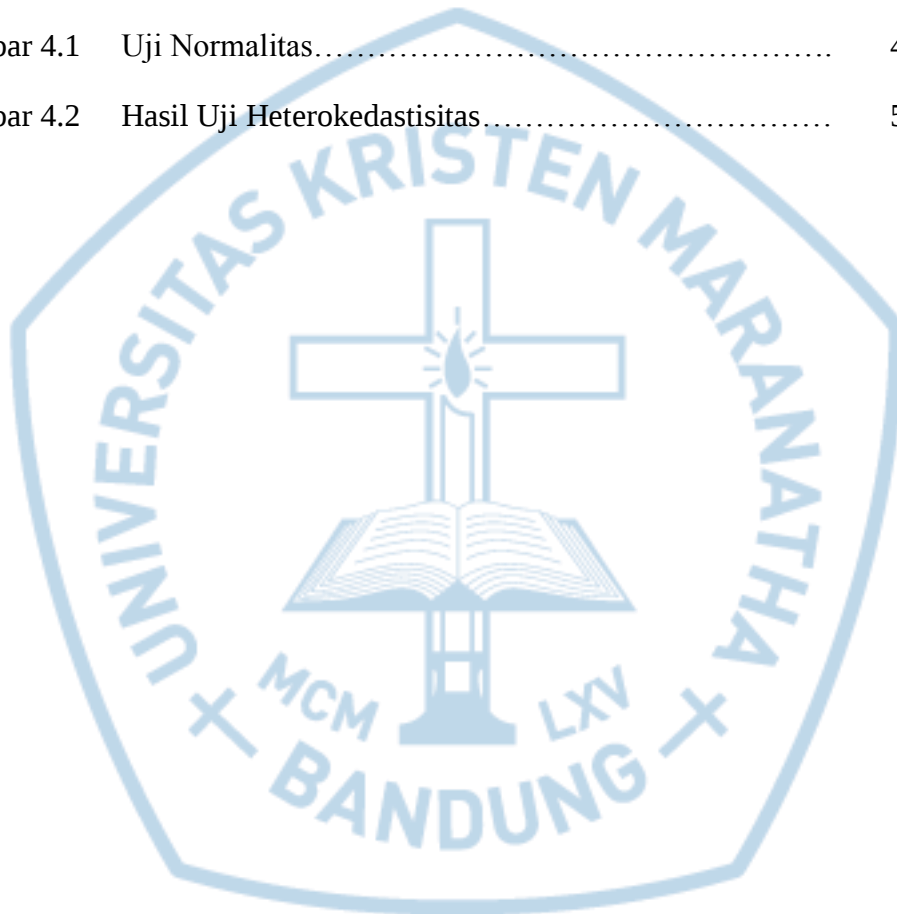
2.4 Rerangka Teoritis.....	28
2.5 Rerangka Pemikiran.....	29
2.6 Pengembangan Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.3 Populasi dan Sampel	34
3.3.1 Populasi.....	34
3.3.2 Sampel.....	34
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	35
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.6 Metode Analisis	37
3.6.1 Analisis Kuantitatif	37
3.6.2 Uji Instrumen Data.....	37
3.6.3 Pengujian Asumsi Klasik	40
3.6.3.1 Uji Multikolinearitas	40
3.6.3.2 Uji Normalitas.....	40
3.6.3.3 Uji Heterokedastisitas	41
3.6.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda	42
3.6.5 Uji Kelayakan Model	43
3.6.5.1 Uji Anova (Uji-F)	43
3.6.5.2 Koefisien Determinasi (R^2)	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Hasil Penelitian	45
4.1.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45

4.1.2 Uji Asumsi Klasik.....	48
4.1.3 Analisis Regresi Berganda.....	52
4.1.4 Pengujian Hipotesis Simultan.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN.....	63
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>).....	68



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Rerangka Konseptual.....	27
Gambar 2.2 Rerangka Teoritis.....	28
Gambar 2.3 Rerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4.1 Uji Normalitas.....	49
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	51



DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Variabel.....	45
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas <i>Store Atmosphere</i>	47
Tabel 4.3	Hasil Uji Reliabilitas <i>Buying Intention</i>	48
Tabel 4.4	Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4.5	Analisis Regresi Berganda.....	52
Tabel 4.6	Koefisien Determinasi.....	54
Tabel 4.7	Uji Determinasi Parsial.....	56
Tabel 4.7	Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji-F).....	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Lampiran Output SPSS
Lampiran B	Kuesioner Penelitian

