

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh suasana toko terhadap minat beli konsumen di Travel cipaganti. Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah purposive sampling. Jumlah sampel yang diambil adalah 500 yang merupakan konsumen dari Travel Cipaganti. Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Store Atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada responden yang pernah menggunakan jasa travel cipaganti. Dari hasil penelitian ini juga menguatkan riset-riset sebelumnya yang membuktikan bahwa *Store Atmosphere* mempunyai pengaruh terhadap minat beli sebesar 31,9% , dan sisanya 68,1% di pengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci : *Store atmosphere*, Minat Beli

ABSTRACT

This research aims to identify the influence of the atmosphere of the shop to buy interest in consumer travel cipaganti. Research on the methods used by the author is the purposive sampling. The number of samples taken is 500 which is the consumers of travel cipganti. Data analysis techniques used by the author is multiple regression analysis. The results of this research show that the atmosphere significantly influential stores against consumer buying interest. This research was conducted by spreading questionnaire on the respondents who had used the services of travel cipaganti. from the results of the study also confirmed earlier research that proves store atmosphere had an impact on purchasing interest amounted to 31.9% and the remaining 68.1% were influenced by other factors..

Key words: Store atmosphere , purchase intention

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR GRAFIK	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	8
2.1 Kajian Pustaka	8
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.1.2 Ritel	9
2.1.3 Bauran Ritel.....	10
2.1.4 Stroe Atmosphere.....	10
2.1.5 Minat Beli.....	21
2.2 Kerangka Teoritis.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran	24
2.4 Matriks Penelitian Terdahulu.....	25
2.5 Hipotesis.....	26
2.6 Model Penelitian.....	26
 BAB III METODE PENELITIAN	 28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Populasi dan Sampel.....	28
3.2.1 Populasi.....	28
3.2.2 Sampel.....	29
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	31
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	34

3.6.1 Uji Validitas.....	34
3.6.1 Uji Reliabilitas.....	35
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.7.1 Uji Normalitas.....	35
3.7.2 Uji Heterosdekastisitas.....	36
3.9 Koefisien Determinasi.....	37
3.10 Kriteria Pengujian Hipotesis.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Uji Kualitas Data.....	39
a. Uji Validitas.....	39
b. Uji Reliabilitas.....	40
4.2 Uji Asumsi Klasik.....	43
4.2.1 Uji Normalitas.....	43
4.2.2 Uji Multikolinearritas.....	43
4.2.3 Uji heteroskedasitas.....	44
4.3 Uji Analisis Data Regresi Berganda.....	51
4.3.1 Uji parsial.....	53

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	54
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran dan Keterbatasan Penelitian.....	55
5.2.1 Saran.....	55
5.2.2 Keterbatasan Penelitian.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2.4 Matriks Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 4.1 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.1.1 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.2 Hasil <i>Kaiser-Meyer-Olkin</i> (KMO)-MSA (X).....	51
Tabel 4.2.1 Hasil Uji Reliabilitas <i>Store atmosphere</i> (X).....	53
Tabel 4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli (Y).....	53
Tabel 4.3.1 Hasil Uji Normalitas.....	55
Tabel 4.31 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	56
Tabel 4.4 Hasil Uji Regresi Berganda.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Rerangka Teoritis	29
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	30
Gambar 2.5 Model Penelitian.....	34

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Grafik Perbandingan Jumlah Wirausaha

Indonesia Dengan Negara lain1

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesiioner.....	64
LAMPIRAN 2 Validitas.....	66
LAMPIRAN 3 Reliabilitas (X).....	69
LAMPIRAN 4 Reliabilitas (Y).....	70
LAMPIRAN 5 Normalitas.....	71
LAMPIRAN 6 Heteroskedastisitas.....	72
LAMPIRAN 7 Regresi Sederhana	73