

ABSTRAK

Industri ritel menjadi salah satu tempat yang rutin dikunjungi konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Minimarket merupakan salah satu industri ritel yang mudah dijangkau oleh berbagai masyarakat. Indomaret menjadi salah satu perusahaan industri ritel yang berkembang sangat pesat. Dalam mempertahankan konsumen dan kelangsungan hidup perusahaan dari pesaing-pesaingnya, perusahaan perlu memperhatikan kenyamanan konsumen salah satunya dengan tata letak toko yang menarik. Dengan demikian, dilakukan sebuah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis tata letak toko terhadap keputusan pembelian pada Minimarket Indomaret. Sampel yang diambil adalah mahasiswa Universitas Kristen Maranatha. Hasil yang didapat dari penelitian dengan penyebaran kuisioner yang diproses dengan SPSS 17.0, dengan hasil sebesar 19.1%. Maka dapat disimpulkan tata letak toko berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Minimarket Indomaret di sepanjang Jalan Surya Sumantri sebesar 19.1%.

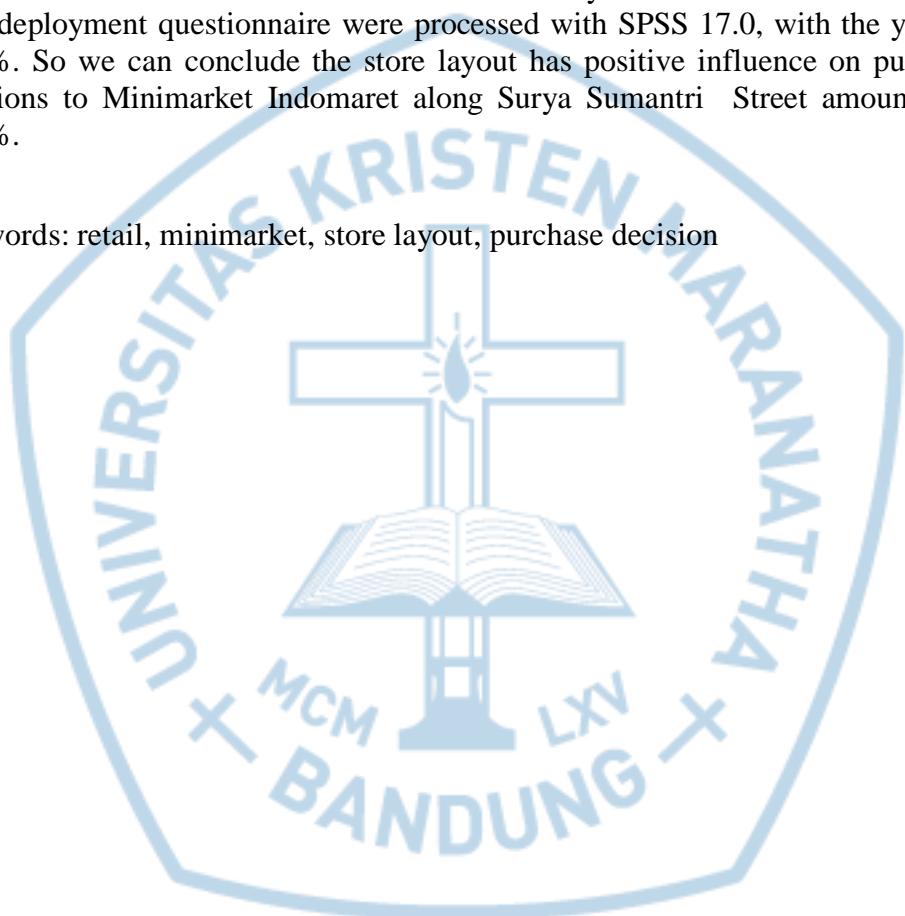
Kata Kunci : ritel, minimarket, tata letak toko, keputusan pembelian



ABSTRACT

Retail industry became one of the places visited regularly by consumers to fulfill their daily needs. Minimarket is one of the retail industry that is easily accessible by various communities.. Indomaret become one of the retail industry that is growing very rapidly. In defending consumers and the viability of the company from its competitors, the company needs to pay attention to consumer comfort with an attractive store layout. Thus, conducted a study that aims to analyze the layout of the store on purchase decisions on Minimarket Indomaret. Samples taken are students Maranatha Christian University. The results of the research with deployment questionnaire were processed with SPSS 17.0, with the yield at 19.1%. So we can conclude the store layout has positive influence on purchase decisions to Minimarket Indomaret along Surya Sumantri Street amounted to 19.1%.

Keywords: retail, minimarket, store layout, purchase decision



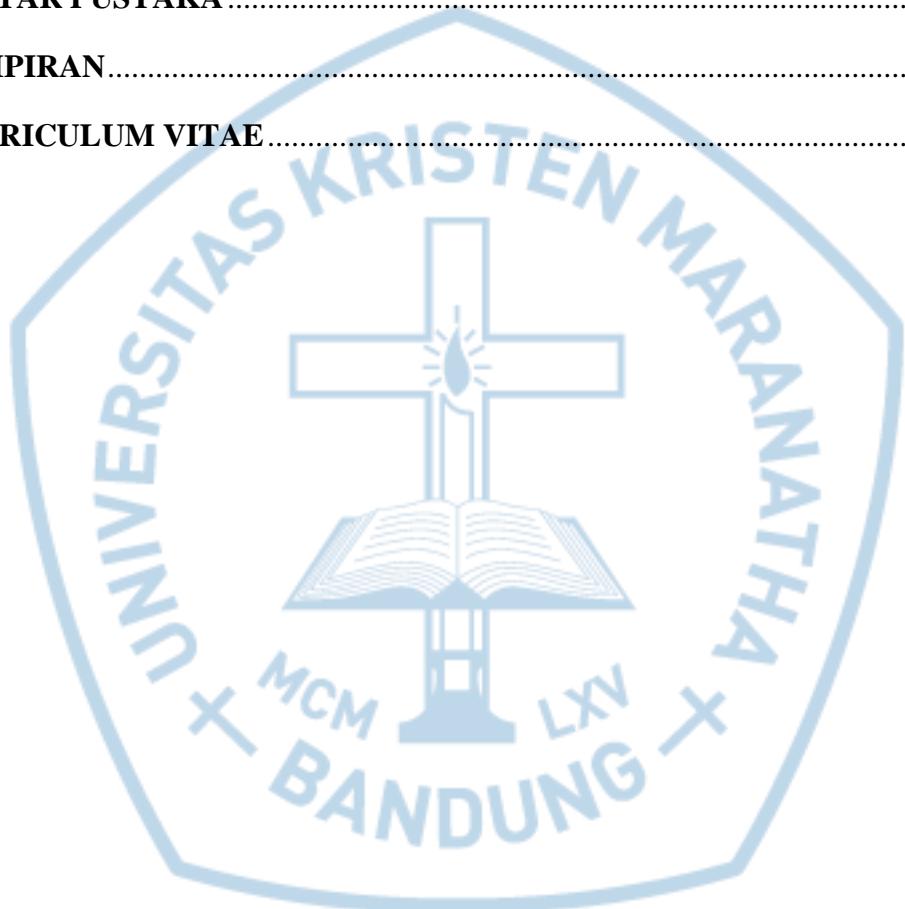
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA,KERANGKA TEORITIS,KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Bauran Pemasaran.....	9
2.1.2 Ritel.....	12
2.1.3 Toko Eceran	12
2.1.4 <i>Retail Mix</i>	15

2.1.5 <i>Store Atmosphere</i>	18
2.1.5.1 <i>Exterior</i>	19
2.1.5.2 <i>General Interior</i>	21
2.1.5.3 <i>Store Layout</i>	24
2.1.5.4 <i>Interior Point of Interest Display</i>	29
2.1.6 Perilaku Konsumen	30
2.1.7 Proses Psikologis.....	33
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	36
2.1.9 Penelitian Terdahulu	43
2.2 Rerangka Pemikiran.....	48
2.3 Pengembangan Hipotesis	49
2.3.1 Model Penelitian	49
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1 Jenis Penelitian.....	50
3.2 Populasi dan Sampel	50
3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	51
3.4 Definisi Operasional Variable (DOV)	52
3.5 Teknik Pengambilan Data.....	54
3.6 Teknik Analisis Data.....	56
3.6.1 Uji Instument.....	56
3.6.1.1 Uji Validitas	56
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	56
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	57
3.6.2.1 Uji Normalitas.....	57
3.6.2.2 Uji Outlier	58

3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	59
3.6.3 Koefisien Deteminasi	60
3.6.4 Uji Hipotesis.....	60
3.6.5 Uji Regresi	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Gambaran Umum Responden	63
4.2 Profil Responden.....	63
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran per bulan	65
4.3 Tanggapan Responden Variabel	66
4.3.1 Tanggapan Responden Variable X (<i>Store Layout</i>)	66
4.3.2 Tanggapan Responden Variable Y (Keputusan Pembelian).....	70
4.4 Hasil Uji Instrumen	75
4.4.1 Uji Validitas	75
4.4.2 Uji Reliabilitas	78
4.5 Uji Asumsi Klasik	81
4.5.1 Uji Normalitas.....	81
4.5.2 Uji Outlier	82
4.5.3 Uji Heterokedastisitas	83
4.6 Uji Hipotesis.....	84
4.6.1 Uji Regresi	84
4.6.2 Koefisien Determinasi.....	85
4.7 Pembahasan Penelitian	86

BAB V PENUTUP	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	90
5.3 Implikasi Manajerial dan Saran	90
5.4 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	96
CURRICULUM VITAE	115



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	46
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	52
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert.....	55
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran per bulan	65
Tabel 4.4Jenis barang yang dijual Indomaret tersedia dengan baik.....	66
Tabel 4.5 Penataan barang dalam toko tertata dengan baik	67
Tabel 4.6 Barang dikelompokan dengan baik memudahkan saya mencari barang	67
Tabel 4.7 Fasilitas umum seperti toilet,kursi dan meja tersedia dengan baik	68
Tabel 4.8 Pengaturan gang dalam toko tersusun dengan baik sehingga leluasa dalam beraktivitas	69
Tabel 4.9 Indomaret memberi kemudahan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari	70
Tabel 4.10 Informasi dalam lingkungan Indomaret membantu saya dalam menentukan pembelian.....	71
Tabel 4.11 Indomaret memberikan kemudahan pada konsumen dalam mencari informasi produk	72
Tabel 4.12 Tata letak dalam Indomaret menyakinkan saya dalam menentukan pembelian	73
Tabel 4.13 Saya dapat menentukan pembelian produk dengan nyaman	74
Tabel 4.14 Saya puas saat berbelanja di Indomaret	74
Tabel 4.15 Uji KMO Awal.....	75
Tabel 4.16 Uji Validitas Awal	76
Tabel 4.17 Uji KMO Akhir.....	77
Tabel 4.18 Uji Validitas Akhir.....	77
Tabel 4.19 Uji Reliabilitas Awal Variabel X	78

Tabel 4.20 Uji Reliabilitas Awal Variabel X	79
Tabel 4.21 Uji Reliabilitas Akhir Variabel X	79
Tabel 4.22 Uji Reliabilitas Akhir Variabel X	80
Tabel 4.23 Uji Reliabilitas Akhir Variabel Y	80
Tabel 4.24 Uji Reliabilitas Akhir Variabel Y	81
Tabel 4.25 Uji Normalitas.....	82
Tabel 4.26 Uji Outlier	83
Tabel 4.27 Uji Heterokedastisitas	84
Tabel 4.28 Uji Hipotesis	84
Tabel 4.29 Uji Koefisien Determinasi	86



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	34
Gambar 2.2 Model Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	37
Gambar 2.3 Rerangka Teoritis	47
Gambar 2.4 Rerangka Pemikiran	48
Gambar 2.3 Model Penelitian	49

