

ABSTRACT

In the development of business and industrial businesses are competing to create a unique product that can attract the attention of consumers. This is because the current rapid development of technology. Consumers can get a variety of information he wanted about the products they are looking through the Internet. Previously consumers only focus on product functionality and product attributes when choosing where to shop. But now consumers inquire about additional benefits they receive when choosing a retail shop. So that businesses have to think the right strategy and effective in order to continue to exist in the market. So that businesses have to think the right strategy and effective in order to continue to exist in the market. One that can be offered by the company is store atmosphere. The aim of this study was to examine and analyze whether the store atmosphere influence on consumer buying interest on Cafe Nanny's Pavillon. Methods of data collection in this study conducted using survey method by using questionnaire. The study population was a visitor Nanny's Pavillon Café sample of 350 people. The sampling technique used in this study is nonprobability sampling with purposive sampling approach. And analytical tools in this study using simple regression. Results of this research is the store atmosphere influence on consumer buying interest on Nanny's Pavillon café.

Key words: Store Atmosphere, Purchase Intention



ABSTRAK

Dalam perkembangan usaha dan industri para pelaku usaha berlomba-lomba untuk menciptakan produk unik sehingga dapat menarik perhatian konsumen. Hal ini dikarenakan saat ini perkembangan teknologi sangat pesat. Konsumen bisa mendapatkan berbagai informasi yang diinginkannya seputar produk yang mereka cari melalui internet. Dahulu konsumen hanya fokus pada fungsi produk dan atribut produk saat memilih tempat berbelanja. Namun sekarang konsumen menanyakan tentang manfaat tambahan yang mereka terima saat memilih ritel untuk berbelanja. Sehingga para pelaku usaha harus memikirkan strategi yang tepat dan efektif agar dapat tetap eksis dipasaran. Sehingga para pelaku usaha harus memikirkan strategi yang tepat dan efektif agar dapat tetap eksis di pasaran. Salah satu yang bisa di tawarkan oleh perusahaan adalah *store atmosphere* (suasana toko). Tujuan dari penelitian ini untuk menguji dan menganalisis apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Cafe Nanny's Pavillon. Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei yaitu dengan menggunakan kuesioner. Populasi penelitian adalah pengunjung Nanny's Pavillon Café jumlah sampel 350 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Dan alat analisis pada penelitian ini menggunakan regresi sederhana. Hasil penelitian ini adalah *store atmosphere* berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada café Nanny's Pavillon.

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, Minat Beli

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Surat Pernyataan Keaslian Skripsi	iii
Pernyataan Publikasi Laporan Penelitian.....	iv
Pernyataan Skripsi Tidak Menggunakan Perusahaan	v
Kata Pengantar	vi
Abstract	vii
Abstrak	viii
Daftar isi.....	ix
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Tabel	xiii
Daftar Lampiran.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Bagi Akademisi.....	4
1.4.2 Manfaat Bagi Praktisi.....	5

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka.....	6
2.1.1 Pemasaran	6
2.1.2 Perilaku Konsumen	7
2.1.3 Analisis Konsumen	7
2.1.4 <i>Store Atmosphere</i>	10
2.1.5 Minat Beli.....	13
2.1.7 Rerangka Teoritis.....	16
2.2 Rerangka Pemikiran.....	18
2.3 Pengembangan Hipotesis	19

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	20
3.1.2 Populasi	20
3.1.3 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	20
3.2 Definisi Operasional Variabel (DOV)	21
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4 Teknik Analisis Data.....	27
3.4.1 Uji Instrumen.....	28
3.4.2 Uji Validitas.....	28
3.4.3 Uji Reliabilitas.....	28
3.4.4 Metode Analisis Data	29
3.4.5 Pengujian Hipotesis	30
3.4.6 Analisis Koefisien Determinasi.....	31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Statistik Deskriptif Data Responden.....	32
4.1.1 Jenis Kelamin.....	33
4.1.2 Usia	34
4.1.3 Analisi Deskriptif Data Penelitian	35
4.2 Hasil Uji Validitas <i>Store Atmosphere</i>	69
4.3 Hasil Uji Validitas Untuk Minat Beli.....	70
4.4 Hasil Uji Validitas Untuk <i>Store Atmosphere</i>	71
4.5 Hasil Uji Reliabilitas Terhadap Minat Beli.....	72
4.6 Hasil Uji Hipotesis	73

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan	73
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	74
5.3 Implikasi Penelitian.....	74
5.4 Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Curriculum Vita

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran	9
Gambar 2.2 Rerangka Teoritis	16
Gambar 2.3 Rerangka Pemikiran	18
Gambar 2.4 Model Penelitian	19



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Riset Empiris.....	15
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	22
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4.2 Usia	34
Tabel 4.3 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X1.....	35
Tabel 4.4 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X2.....	36
Tabel 4.5 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X3.....	37
Tabel 4.6 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X4.....	38
Tabel 4.7 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X5.....	39
Tabel 4.8 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X6.....	40
Tabel 4.9 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X7.....	41
Tabel 4.10 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X8.....	42
Tabel 4.11 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X9.....	43
Tabel 4.12 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X10.....	44
Tabel 4.13 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X11.....	45
Tabel 4.14 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X12.....	46
Tabel 4.15 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X13.....	47
Tabel 4.16 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X14.....	48
Tabel 4.17 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X15.....	49
Tabel 4.18 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X16.....	50
Tabel 4.19 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X17.....	51

Tabel 4.20 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X18.....	52
Tabel 4.21 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X19.....	53
Tabel 4.22 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X20.....	54
Tabel 4.23 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X21.....	56
Tabel 4.24 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X22.....	56
Tabel 4.25 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X23.....	57
Tabel 4.26 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X24.....	58
Tabel 4.27 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X25.....	59
Tabel 4.28 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X26.....	60
Tabel 4.29 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X27.....	61
Tabel 4.30 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X28.....	62
Tabel 4.31 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel X29.....	63
Tabel 4.32 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel Y1.....	64
Tabel 4.33 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel Y2.....	65
Tabel 4.34 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel Y3.....	66
Tabel 4.35 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel Y4.....	67
Tabel 4.36 Persepsi Responden Tentang <i>Item</i> Pernyataan Variabel Y5.....	68
Tabel 3.37 Hasil Uji Validitas Untuk <i>Store Atmosphere</i>	69
Tabel 4.38 Hasil Uji Validitas Untuk <i>MinatBeli</i>	70
Tabel 4.39 Hasil Uji Reliabilitas Untuk <i>Store Atmosphere</i>	71
Tabel 4.40 Hasil Uji Reliabilitas Untuk <i>Minat Beli</i>	72

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Lampiran Output SPSS
- Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas

