

ABSTRAK

Dalam dunia usaha perusahaan harus memiliki keunggulan untuk dapat memenangkan persaingan. Sebuah kafe harus memiliki keunggulan yang dapat ditonjolkan untuk menarik konsumen berkunjung dan dapat bersaing dengan kafe lainnya. *Store atmosphere* merupakan salah satu keunggulan yang dapat digunakan untuk menarik minat beli konsumen. Minat beli merupakan rasa ketertarikan yang dialami oleh konsumen terhadap suatu produk (barang dan jasa) yang dipengaruhi oleh sikap diluar konsumen dan di dalam konsumen itu sendiri. Kenyamanan suasana sangat diperhatikan oleh konsumen, sehingga perlu dilakukan penelitian untuk menganalisa pengaruh pelaksanaan *store atmosphere* kafe terhadap minat beli konsumen di Kafe Bali.

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan evaluasi dan sekaligus dapat menggali temuan-temuan dilapangan yang dapat dijadikan dasar bagi pihak manajemen Kafe Bali dalam meningkatkan minat beli konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan metode survey dimana informasi responden dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empiric dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi yang bersangkutan terhadap objek penelitian. Setelah dilakukan uji statistik dengan menggunakan regresi linier berganda, secara keseluruhan didapat hasil pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat, hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh pelaksanaan *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen di Kafe Bali.

Berdasarkan perhitungan analisa hipotesis didapat hasil bahwa ternyata *t hitung* variabel X_1 (Eksterior kafe) dan X_2 (Interior kafe), masing-masing sebesar 5,892 dan 6,057, di mana kedua nilai *t hitung* > dari nilai *t tabel* ($\alpha=5\%$) yang sebesar 1,655. Hasil ini memperlihatkan variabel X_1 (Eksterior kafe) dan X_2 (Interior kafe) berpengaruh terhadap variabel Y (Minat beli). Dari perhitungan koefisien determinasi, diketahui bahwa besarnya pengaruh yang diberikan oleh *store atmosphere* kafe terhadap minat beli konsumen di Kafe Bali yaitu sebesar 35.5% sedangkan 64.5% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Adanya hubungan positif yang signifikan antara *store atmosphere* dengan minat beli. Hal ini berarti jika *store atmosphere* semakin baik maka akan semakin tinggi minat beli konsumen. Oleh karena itu Kafe Bali harus terus mempertahankan dan meningkatkan *store atmosphere* agar konsumen merasa nyaman dan betah dalam berbelanja.

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAKSI.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	2
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
1.5 Kerangka Pemikiran	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran	10
2.2 <i>Store Atmosphere</i>	11
2.2.1 Elemen-elemen <i>Store Atmosphere</i>	12
2.2.1.1 Bagian Luar (<i>eksterior</i>)	15
2.2.1.2 Bagian Dalam (<i>interior</i>)	18
2.2.1.3 Tata Letak Barang Dalam Toko (<i>Store Lay out</i>) ...	22
2.2.1.4 Area Pembelian Dalam Toko (<i>Interior Point of Purchase Display</i>)	25

2.3 Minat Bali	28
2.4 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Minat Bali.....	29
2.5 Pengertian Restaurant	33
2.6 Hipotesis.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian.....	36
3.2 Jenis Dan Sumber Data	36
3.3 Operasional Variabel.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data	39
3.5 Teknik Pengumpulan Sampel	40
3.6 Metode Analisis	41
3.7 Rancangan Pengujian Hipotesis.....	43

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Objek Penelitian	44
4.1.1 Sejarah Perkembangan Perusahaan	44
4.1.2 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	45
4.2 Analisis Kualitatif	48
4.2.1 Analisis Profil Responden	49
4.2.2 Analisis Tanggapan Responden Terhadap <i>Store Atmosphere</i> Di Kafe Bali.....	51
4.2.3 Analisis Tanggapan Responden Untuk Meningkatkan Minat Beli Di Kafe Bali.....	58

4.3 Analisis Kuantitatif	60
4.3.1 Analisis Validitas.....	60
4.3.2 Analisis Reliabilitas.....	62
4.3.3 Analisis Regresi.....	62
4.3.4 Analisis Determinasi.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA.....	x
LAMPIRAN	xi

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	38
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	49
Tabel 4.2	Usia Responden.....	49
Tabel 4.3	Status Pekerjaan Responden.....	50
Tabel 4.4	Tingkat Pendapatan Per Bulan	50
Tabel 4.5	Frekuensi Kedatangan Responden	51
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai Papan Nama Kafe Bali Jelas ..	52
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai Pintu Masuk Di Kafe Bali Cukup Lebar	52
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Mengenai Bangunan Luar Toko Di Kafe Bali Menarik.....	52
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Mengenai Lokasi Di Kafe Bali Berada Dalam Lingkungan Yang Stretegis	53
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Mengenai Penerangan Kafe Bali Baik	53
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai Fasilitas Parkir	54
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Mengenai Penerangan	54
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Mengenai Aroma Ruangan	55
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Mengenai Musik Yang Dimainkan	55
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Mengenai Temperatur Udara Dalam RuanganTerasa Segar	55

Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Jarak Antar Meja Cukup Lebar	56
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Perilaku Pegawai Di Kafe Bali Baik Dan Ramah	56
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Barang Di Kafe Bali Baik Dan Beranekaragam.....	57
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai Harga Makanan dan Minuman Terlihat Dengan Jelas	57
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai Jumlah Kasir Cukup Memadai Sehingga Proses Pembayaran Dilakukan Dengan Cepat	57
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai Keadaan Ruangan Bersih	58
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai Ketertarikannya Untuk Berkunjung Kembali Ke Kafe Bali Karena Suasannya	58
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Mengenai Perasaan Nyaman Yang Dirasakan Oleh Konsumen Ketika Berkunjung Ke Kafe Bali	59
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Mengenai Lamanya Waktu Yang Dihabiskan Ketika Berkunjung Ke Kafe Bali	59
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Mengenai Frekuensi Kunjungan Yang Dilakukan Ke Kafe Bali Karena Suasannya	60
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Mengenai Keinginannya Untuk Merekomendasikan Kafe Bali Kepada Relasinya Karena Suasannya	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Skema Kerangka Pemikiran	8
Gambar 2.1 Diagram Elemen-Elemen Store Atmosphere	9
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	45