

ABSTRAKSI

Dewasa ini perkembangan bidang usaha Retail semakin pesat yang berdampak pada persaingan antar retailer yang semakin ketat. Masing-masing retailer harus berusaha semaksimal mungkin agar tetap dapat bertahan. Retailer yang dapat bersaing dalam pasar global adalah retailer yang mempunyai komitmen untuk menciptakan dan mempertahankan kepuasan pelanggan.

Sebuah Departemen Store harus dapat menarik pengunjung sebanyak-banyaknya dengan tujuan menaikkan hasil penjualan. Salah satu strategi untuk menarik dan meningkatkan minat beli konsumen adalah penerapan kebijakan Atmosphere Toko, yang terdiri dari empat elemen dasar yaitu Ekterior (bagian luar toko), General Interior (bagian dalam toko), Store Layout (tata letak barang dalam toko), Interior Point of Purchase Displays (display bagian dalam toko).

Selain penerapan kebijakan Atmosphere Toko, Departemen Store juga harus mengetahui model- tanggapn konsumen. Tanggapn konsumen merupakan tahap dimana konsumen dapat melewati dan bergerak dari keadaan dimana tidak tanggap terhadap perusahaan, produk atau merek yang menjadi daya tarik perilaku pembelian. Terdapat 4 model tanggapn konsumen, yaitu Model AIDA, Model Tanggapn Hierarki, Model tanggapn inovasi, dan Model Proses Informasi.

Berdasarkan hasil perhitungan dan analisa mengenai peranan Atmosphere dalam meningkatkan minat beli konsumen pada Toserba Borma Taman Kopo Indah Bandung. Diperoleh hubungan yang positif dan searah ($r_s = +1$ atau mendekati $+1$) antara variabel X dan Variabel Y dengan tingkat korelasi yang cukup kuat ($r_s = 0,735$), yang artinya semakin baik Store Atmosphere pada Toserba Borma Taman Kopo Indah, maka semakin besar pula minat beli konsumen, demikian juga sebaliknya. Hal ini juga dibuktikan dari uji signifikan yang menunjukkan $t_{hitung} = 10,73 > t_{tabel} = 1,987$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, ini berarti ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y atau dengan kata lain Atmosphere yang dilakukan oleh Toserba Borma Taman Kopo Indah berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Besarnya pengaruh Atmosphere yang dilakukan Toserba Borma Taman Kopo Indah terhadap minat beli konsumen adalah sebesar $K_d = 54,02\%$ sedangkan sisanya yaitu sebesar $45,98\%$ dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk kedalam penelitian yang dilakukan oleh penulis.

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Abstraksi	iv
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	2
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	2
1.4. Kegunaan Penelitian	3
1.5. Kerangka Pemikiran dan Hypotesis.....	4
1.6. Metodologi Penelitian	7
1.6.1. Devinisi Variabel	7
1.6.2. Operasional Variabel	7
1.6.3. Populasi atau Objek Penelitian	17
1.6.4. Sampel Penelitian	18
1.6.5. Teknik Sampling	19
1.6.6. Metode Pengumpulan Data	19
1.6.7. Jenis Analisa Data	20
1.6.8. Metode Pengolahan Data	20

1.7. Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian	23
1.8. Sistematika Pembahasan	23

BAB	II	TINJAUAN	PUSTAKA	
.....				25
2.1	Pengertian	Pemasaran		25
2.2	Strategi	Pemasaran		27
2.3	Bauran	Pemasaran		27
	2.3.1	Pengertian Bauran Pemasaran		27
	2.3.2	Variabel-variabel Bauran Pemasaran		29
2.4	Distribusi			32
	2.4.1	Pengertian Distribusi		32
	2.4.2	Unsur-unsur dalam distribusi		33
2.5	Retailing			34
	2.5.1	Pengertian.....		34
	2.5.2	jenis-jenis Retailing		35
	2.5.3	Toserba sebagai salah satu jenis Retailing ...		42
2.6	Store Atmosphere			42
	2.6.1	Elemen-elemen Store Atmosphere		44
		2.6.1.1 Exterior (bagian luar toko)		44
		2.6.1.2 General Interior (bagian dalam toko) .		49
		2.6.1.3 Store Layout (tata letak toko)		54
		2.6.1.4 Interior POP Display (display bagian		

dlm toko)	57
2.7 Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan toko	
Dalam berbelanja	61
2.7.1 Lokasi dan tempat yang strategis	61
2.7.2 Atmosphere sebagai salah satu factor yang digunakan untuk menarik pengunjung atau pembeli di Toserba	61
2.8 Model Tanggapan Konsumen	63
2.8.1 Pengertian Tanggapan Konsumen	63
2.8.1.1 Model AIDA	63
2.8.1.2 Model hierarki tanggapan Consumer	64
2.8.1.3 Model Tanggapan Adopsi	64
2.8.1.4 Model Proses Informasi	65
2.9 Minat Beli	66
2.9.1 Pengertian Minat Beli	67
2.9.2 Unsur-unsur Minat Beli	67
2.9.3 Hal yang dapat menumbuhkan minat Beli	69
2.10 Peranan Store Atmosphere terhadap Minat Beli	70
 BAB III Objek Penelitian	 72

3.1 Sejarah Perusahaan	72
3.2 Struktur Organisasi	73
3.3 Uraian Sasaran	74
3.4 Manajemen Operasi	77
3.4.1 Layout Borma Taman Kopo Indah	77
3.4.2 Waktu Operasi	78
3.5 Manajemen Pemasaran	78
3.5.1 Produk	78
3.5.2 Distribusi Toserba Borma Taman Kopo Indah ..	78
3.5.3 Metode Penetapan Harga.....	79
3.5.4 Promosi yang dilakukan Borma TKI	79
3.6 Manajemen SDM	80
3.6.1 Perekrutan dan Seleksi SDM	80
3.6.2 Pelatihan dan Pengembangan SDM	80
3.6.3 Pemeliharaan SDM	80
3.6.4 Pemutusan Hubungan SDM	81
3.7 Manajemen Keuangan	81
3.7.1 Investasi	81

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

.....	82
4.1 Hasil Penelitian	82
4.1.1 Analisis Data Profil Responden	82
4.1.2 Analisis Variabel Atmosphere Toko (variabel X)	91

Exterior (bagian luar toko)	91
General Interior (bagian dalam toko) .	96
Store Layout (tata letak toko)	106
Interior POP Display (display bagian dlm toko).....	109
4.1.3 Analisis Variabel Minat Beli Konsumen (variabel Y)	112
Attention (Perhatian)	112
Interest (ketertarikan)	117
Desire (keinginan)	122
Action (tindakan)	127
4.2 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	133
4.2.1 Hasil Pengujian Validitas	133
4.2.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	134
4.3 Analisa Peranan Store Atmosphere Terhadap Minat .	
Beli Konsumen di Toserba Borma Taman Kopo Indah ...	135
4.3.1 koefisien Korelasi Rank Spearman	135
4.3.2 Pengujian Hipotesis	136
4.3.3 Koefisien Determinasi	138
 BAB	
V	
KESIMPULAN	
dan	
SARAN	
.....	140
5.1 Kesimpulan	140
5.2 Saran	143

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Operasional Variabel	8
Tabel 4.1	Tabel Jenis kelamin Responden	83
Tabel 4.2	Tabel Usia Responden	84
Tabel 4.3	Tabel Pekerjaan Responden	85
Tabel 4.4	Tabel Tingkat Pendapatan Responden Per Bulan	86
Tabel 4.5	Tabel Tingkat Kunjungan Responden	87
Tabel 4.6	Tabel Tingkat Pendidikan Responden	88
Tabel 4.7	Tabel Alat Transportasi Yang Digunakan Responden	89
Tabel 4.8	Tabel Tempat Tinggal Responden	90
Tabel 4.9	Tabel Papan Nama Toserba Terlihat Jelas dan Manarik	91
Tabel 4.10	Tabel Pintu Masuk Cukup Lebar, sehingga Anda dapat Keluar Masuk dengan Leluasa	92
Tabel 4.11	Tabel Bangunan Luar Toko Terlihat Menarik	93
Tabel 4.12	Tabel Lokasi Toko Berada dalam Lingkungan yang Strategis	94
Tabel 4.13	Tabel Tempat Parkir Aman dan Memadai	95
Tabel 4.14	Tabel Penerangan dalam Toko Baik	96
Tabel 4.15	Tabel Aroma Ruangan Terasa Segar	97
Tabel 4.16	Tabel Musik yang Dimainkan Membuat Anda Nyaman dalam Berbelanja.....	98
Tabel 4.17	Tabel Temperatur Udara Dalam Ruangan Terasa Sejuk	99
Tabel 4.18	Tabel Pegawai Toko Memberikan Pelayanan Dengan Baik	100

Tabel 4.19	Tabel Barang-Barang yang Ditawarkan Berkualitas Baik	101
Tabel 4.20	Tabel Barang-Barang yang Ditawarkan Cukup Beragam	102
Tabel 4.21	Tabel Jumlah Kasir Cukup Memadai	103
Tabel 4.22	Tabel Proses Pembayaran Dilakukan Dengan Cepat	104
Tabel 4.23	Tabel Keadaan Ruangan Toko Bersih	105
Tabel 4.24	Tabel Pengelompokan Barang Baik, Memudahkan Anda dalam Mencari Barang dan Jalan Tidak Berdesak-desakkan	106
Tabel 4.25	Tabel Tata Letak Penyusunan Rak Baik, Tidak Menghalangi Lalulintas Jalan Anda Dalam Toserba	107
Tabel 4.26	Tabel Barang-Barang di Rak Mudah Dijangkau	108
Tabel 4.27	Tabel Informasi Mengenai Letak Barang Jelas Sehingga Cepat dan Mudah dalam Mencari Barang	109
Tabel 4.28	Tabel Dekorasi Toko Untuk Barang-barang yang Sedang Ada Diskon Menarik	110
Tabel 4.29	Tabel Informasi Harga Yang Tertempel Dengan Jelas	111
Tabel 4.30	Tabel Tingkat Kemenarikan Papan Nama Menarik Perhatian	112
Tabel 4.31	Tabel Tingkat Kelebaran Pintu Masuk Menarik Perhatian	113
Tabel 4.32	Tabel Tingkat Kemenarikan Bangunan Menarik Perhatian	114
Tabel 4.33	Tabel Kestrategisan Lokasi Menarik Perhatian	115
Tabel 4.34	Tabel Tingkat Keamanan dan Kapasitas Tempat Parkir Menarik Perhatian	116
Tabel 4.35	Tabel Tingkat Keunikan Bangunan Menyebabkan Ketertarikan ...	117
Tabel 4.36	Tabel Tingkat Kenyamanan Suasana Di Dalam Toko Dalam Berbelanja Menyebabkan Ketertarikan	118

Tabel 4.37	Tabel Tingkat Kemenarikan Prosuk yang Dipajang Menyebabkan Ketertarikan	119
Tabel 4.38	Tabel Tingkat Kebersihan Toko Menyebabkan Ketertarikan	120
Tabel 4.39	Tabel Tingkat Kualitas Barang Menyebabkan Ketertarikan	121
Tabel 4.40	Tabel Tingkat Keramahan Perilaku Pegawai Menyebabkan Keinginan	122
Tabel 4.41	Tabel Tingkat Dekorasi Toko Yang Menarik Menyebabkan Keinginan	123
Tabel 4.42	Tabel Tingkat Produk yang Beragam Menyebabkan Keinginan ...	124
Tabel 4.43	Tabel Tingkat Kualitas Barang Menyebabkan Keinginan	125
Tabel 4.44	Tabel Tingkat Produk yang Sesuai Dengan Kebutuhan Menyebabkan Keinginan	126
Tabel 4.45	Tabel Tingkat Kemudahan dalam Mencari Barang Menyebabkan Tindakan Pembelian	127
Tabel 4.46	Tabel Tingkat Proses Pembayaran yang Cepat Menyebabkan Tindakan Pembelian	128
Tabel 4.47	Tabel Tingkat Harga Yang Murah Menyebabkan Tindakan Pembelian	129
Tabel 4.48	Tabel Tingkat Kualitas Produk Yang Baik Menyebabkan Tindakan Pembelian	130
Tabel 4.49	Tabel Tingkat Pelayanan Yang Baik Menyebabkan Tindakan Pembelian	131
Tabel 4.50	Tabel Tingkat Lokasi Toko Yang Dekat Menyebabkan Tindakan Pembelian	132

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Gambar Kerangka Pemikiran	6
Gambar 2.1	Gambar Bauran Pemasaran	32
Gambar 2.2	Gambar Model Hierarki Tanggapan	66
Gambar 3.1	Gambar Struktur Organisasi Toserba Borma TKI	74
Gambar 3.2	Gambar Layout Toserba Borma TKI	77