

ABSTRAKSI

Dewasa ini perkembangan bidang usaha *retail* pakaian semakin pesat yang berdampak pada persaingan antar *retailer* menjadi semakin ketat. Masing-masing *retailer* harus berusaha semaksimal mungkin agar tetap bertahan. RR *Factory Outlet* merupakan salah satu *retail* berbentuk *Factory Outlet* yang mencoba menghadapi dan mengatasi persaingan secara kreatif dan inovatif dengan menciptakan *Store Atmosphere*. *Store Atmosphere* yang nyaman akan menciptakan suasana menarik bagi konsumen sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk berbelanja. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Minat Beli Konsumen di RR *Factory Outlet*, dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya.

Teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini diambil dari buku-buku pendukung, majalah, ataupun surat kabar. Teori-teori tersebut akan dibahas dalam suatu tinjauan pustaka yang mencakup semua bahan yang berhubungan dengan penelitian.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan survey. Variabel yang diteliti adalah *Store Atmosphere* sebagai variabel *independent* (variabel X), dan Minat Beli sebagai variabel *dependent* (variabel Y). Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 260 orang responden RR *Factory Outlet* dan pengumpulan data sekunder dilakukan dengan cara membaca buku dan tulisan ilmiah lainnya. Tehnik sampling yang digunakan adalah analisis kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan analisis statistik yang meliputi analisis korelasi *product moment* (*Pearson*), koefisien determinasi dan regresi.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kebanyakan responden yang mendatangi RR *Factory Outlet* berjenis kelamin wanita sebanyak 225 orang (86,54%). Usia responden berusia sekitar 21-25 tahun sebanyak 78 orang (30%). Responden bekerja sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 86 orang (33%) dan tingkat pendapatan konsumen biasanya berkisar antara Rp 900.000,- sampai Rp. 1.200.000,- sebanyak 77 orang (30%). Sebanyak 80 orang (30,87%) konsumen yang berkunjung ke RR *Factory Outlet* dalam satu bulan sekitar 2-3 kali kunjungan. Dari hasil penelitian dan pengolahan data statistik dengan metode Regresi menggunakan SPSS Versi 14.00 dapat diketahui Regresi *Store Atmosphere* terhadap Minat Beli sebesar 74,8%, sedangkan hasil perhitungan Koefisiensi Determinasi dapat diketahui bahwa besarnya pengaruh antara *Store Atmosphere* dengan minat beli sebesar 74,8% dan sisanya sebesar 25,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain.

Dengan ini dapat diketahui bahwa hipotesis yang diajukan Terdapat Pengaruh Positif Antara *Store Atmosphere* terhadap Minat Beli Konsumen RR *Factory Outlet* dapat diterima.

DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	i
Abstraksi	iv
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Kegunaan Penelitian	4
1.5. Kerangka Pemikiran.....	5
1.6. Hipotesis	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Pengertian <i>Retailing</i>	12
2.1.2 Fungsi <i>Retailing</i>	13
2.1.3 Jenis-jenis Pengecer (<i>Retailing</i>).....	13
2.1.4 Bauran Eceran (<i>Retailing Mix</i>).....	18
2.2. Ruang Lingkup Store Atmosphere.....	19

2.2.1	Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	19
2.2.2	Elemen-elemen <i>Store Atmosphere</i>	21
2.2.2.1	<i>Exterior</i> (Bagian Luar Toko).....	21
2.2.2.2	<i>General Interior</i> (Bagian Dalam Toko)	24
2.2.2.3	<i>Store Layout</i> (Tata Letak Toko).....	29
2.2.2.4	<i>Interior Display/Point of Purchase</i>	32
2.2.3	Manfaat <i>Store Atmosphere</i>	34
2.3.	Minat Beli	35
2.3.1.	Pengertian Minat Beli	35
2.3.2.	Unsur-unsur Minat Beli	35
2.3.3.	Keputusan Pembelian	37
2.3.4.	Tahapan Proses Pembelian	38
2.3.5.	Model Proses Kognitif Pengambilan Keputusan Konsumen	41
2.3.6.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian	44

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1.	Gambaran Umum RR <i>Factory Outlet</i>	53
3.1.1.	Sejarah Perusahaan	53
3.1.2.	Sumber Daya Manusia dan Pelayanan yang Tersedia Di RR <i>Factory Outlet</i>	54
3.1.3.	Struktur Organisasi	55
3.1.4.	Uraian Sasaran	56

3.1.5. Visi dan Misi RR <i>Factory Outlet</i>	58
3.1.6. Pesaing RR <i>Factory Outlet</i>	58
3.1.7. Keuntungan atau Keunggulan berbelanja di RR <i>Factory Outlet</i>	58
3.2. Objek Penelitian	58
3.3. Metode Penelitian	59
3.3.1 Desain Penelitian	59
3.3.2 Metode Penarikan Sampel	59
3.3.3 Prosedur Pengumpulan Data	60
3.3.3.1 Jenis dan Sumber Data	60
3.3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	60
3.3.4 Operasional Variabel	61
3.3.5 Uji Validitas	63
3.3.6 Uji Reliabilitas	65
3.3.7 Metode Analisis Data	66
3.3.8 Tahap-tahap Penelitian	68

BAB IV ANALISI DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	70
4.1.1 Analisis Data Profil Responden	70
4.1.2 Analisis Variabel <i>Store Atmosphere</i> (Variabel X)	76
4.1.3 Analisis Variabel Minat Beli Konsumen (Variabel Y).....	117

4.2.	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	128
4.2.1.	Hasil Pengujian Validitas.....	128
4.2.2.	Hasil Pengujian Reliabilitas	128
4.3.	Analisa Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Minat Beli Konsumen di <i>RR Factory Outlet</i>	130
4.3.1.	Koefisien Determinasi	130
4.3.2.	Pengujian Hipotesis	130

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan	132
5.2.	Saran	134

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Jumlah karyawan RR <i>Factory Outlet</i>	54
Tabel 3.2	Operasional Variabel	61
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	71
Tabel 4.2	Usia Responden.....	72
Tabel 4.3	Pekerjaan Responden	73
Tabel 4.4	Tingkat Pendapatan Responden Per Bulan	74
Tabel 4.5	Kunjungan Konsumen ke RR <i>Factory Outlet</i> Dalam 1 Bulan.....	75
Tabel 4.6	“Bangunan RR <i>Factory Outlet</i> Sangat Unik”	76
Tabel 4.7	“Papan Nama RR <i>Factory Outlet</i> Dapat Terlihat Dengan Jelas” ..	77
Tabel 4.8	“Pintu Masuk RR <i>Factory Outlet</i> Sangat Nyaman untuk Dilewati Orang Para Pelanggan”	78
Tabel 4.9	“Display Window RR <i>Factory Outlet</i> Sangat Menarik”	79
Tabel 4.10	“Bangunan RR <i>Factory Outlet</i> Cukup Luas”	80
Tabel 4.11	“Logo RR <i>Factory Outlet</i> Dapat Terlihat Dengan Jelas”	81
Tabel 4.12	“Papan Nama Dan Logo RR <i>Factory Outlet</i> Sangat Unik”	82
Tabel 4.13	“Toko Disekitar RR <i>Factory Outlet</i> Mempunyai Citra Positif”	83
Tabel 4.14	“Lingkungan Sekitar RR <i>Factory Outlet</i> Cukup Aman”	84
Tabel 4.15	“Tempat Parkir RR <i>Factory Outlet</i> Sangat Aman”	85
Tabel 4.16	“Tempat Parkir RR <i>Factory Outlet</i> Sangat Teratur”	86
Tabel 4.17	“Warna Lantai RR <i>Factory Outlet</i> Cukup Menarik”	87
Tabel 4.18	“Pencahayaan Ruangan RR <i>Factory Outlet</i> Cukup Terang”	88
Tabel 4.19	“Aroma Ruangan RR <i>Factory Outlet</i> Sangat Harum”	89
Tabel 4.20	“Lemari Kaca Panjang Dan Rak-rak di RR <i>Factory Outlet</i> Sangat Menarik”	90
Tabel 4.21	“Tekstur Dinding RR <i>Factory Outlet</i> Sangat Menarik”	91
Tabel 4.22	“Temperatur Ruangan RR <i>Factory Outlet</i> Sangat Sejuk”	92
Tabel 4.23	“Jarak Antar Barang di RR <i>Factory Outlet</i> Cukup Lebar dan Nyaman”	93
Tabel 4.24	“Fasilitas Kamar Ganti RR <i>Factory Outlet</i> Sangat Nyaman”	94

Tabel 4.25	“Tangga Untuk Naik Ke Lantai 2 di RR <i>Factory Outlet</i> Sangat Nyaman”	95
Tabel 4.26	“Pintu Keluar RR <i>Factory Outlet</i> Sangat Nyaman”	96
Tabel 4.27	“Wiraniaga RR <i>Factory Outlet</i> Sangat Ramah”	97
Tabel 4.28	“Pelayanan di RR <i>Factory Outlet</i> Membuat Konsumen Merasa Sangat Nyaman”	98
Tabel 4.29	“Produk-Produk RR <i>Factory Outlet</i> Sangat Menarik”	99
Tabel 4.30	“Label Harga RR <i>Factory Outlet</i> Sangat Jelas”	100
Tabel 4.31	“Sistem Pembayaran <i>Cash Register</i> Cepat”	101
Tabel 4.32	“Kecanggihan Tehnologi telah Digunakan Didalam Sistem Pembayaran RR <i>Factory Outlet</i> ”	102
Tabel 4.33	“Ruangan di RR <i>Factory Outlet</i> Cukup Bersih”	103
Tabel 4.34	“Ruang Pelayanan Pelanggan Sangat Nyaman”	104
Tabel 4.35	“Pengelompokkan Barang Dagangan di RR <i>Factory Outlet</i> Sangat Tepat”	105
Tabel 4.36	“Arus Lalu Lintas Didalam RR <i>Factory Outlet</i> Sangat Nyaman”	106
Tabel 4.37	“Ruang Penjualan di RR <i>Factory Outlet</i> Sangat Nyaman”	107
Tabel 4.38	“Penempatan Kategori Produk di Setiap Lantai RR <i>Factory Outlet</i> ”	108
Tabel 4.39	“Penataan Produk di RR <i>Factory Outlet</i> Membuat Nyaman Para Konsumen”	109
Tabel 4.40	“Pelanggan Dapat Melihat-lihat Produk Dengan Nyaman”	110
Tabel 4.41	“Penawaran Produk Dalam Rangka Suatu Tema Di RR <i>Factory Outlet</i> Sangat Menarik”	111
Tabel 4.42	“Patung-Patung Di RR <i>Factory Outlet</i> Sangat Menarik”	112
Tabel 4.43	“ <i>Rack Display</i> Sangat Menarik”	113
Tabel 4.44	“ <i>Cut Case</i> dan <i>Dump Bins</i> Sangat Menarik”	114
Tabel 4.45	“Informasi Mengenai Lokasi Produk Sangat Jelas”	115
Tabel 4.46	“Dekorasi Dinding Sangat Menarik”	116
Tabel 4.47	“Atmosfer Toko Secara Keseluruhan	

	Dapat Menarik Perhatian Anda”	117
Tabel 4.48	“Keunikan Bangunan RR <i>Factory Outlet</i> Menarik Perhatian Anda”	118
Tabel 4.49	“Kenyamanan Suasana di Dalam RR <i>Factory Outlet</i> Dapat Menarik Minat Beli Anda”	119
Tabel 4.50	“Kemenarikan Produk RR <i>Factory Outlet</i> Dapat Menarik Minat Beli Anda”	120
Tabel 4.51	“Secara Umum RR <i>Factory Outlet</i> Memiliki Kesan Baik Sehingga Dijadikan Pilihan Tempat Berbelanja Bagi Anda”	121
Tabel 4.52	“Anda Tertarik Untuk Membeli Produk RR <i>Factory Outlet</i> ”	122
Tabel 4.53	“Produk RR <i>Factory Outlet</i> Sesuai Dengan Kebutuhan Anda”	123
Tabel 4.54	“Anda Merasa Cocok Dengan Produk-Produk RR <i>Factory Outlet</i> Karena Memiliki Kualitas Yang Baik”	124
Tabel 4.55	“Anda Tertarik Dengan Produk-produk RR <i>Factory Outlet</i> ”	125
Tabel 4.56	“Setelah Melihat dan Mencoba produk Yang Dijual RR <i>Factory Outlet</i> Ada Keinginan Untuk Terus Melakukan Pembelian Ulang”	126
Tabel 4.57	“Produk-Produk Yang Dijual Dapat Dikonsumsi Karena Harganya Terjangkau”	127

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Kerangka Pemikiran	10
Gambar 2.1 Tahapan Proses Pembelian	40
Gambar 2.2 Model Proses Kognitif Pengambilan Keputusan Konsumen	41
Gambar 2.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	44
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Relbi & Renaldi	55