

ABSTRAK

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki tujuan untuk Mengetahui besar pengaruh antara *exterior* terhadap keputusan pembelian, Mengetahui besar pengaruh antara *general interior* terhadap keputusan pembelian, Mengetahui besar pengaruh antara *store layout* terhadap keputusan pembelian, Mengetahui besar pengaruh antara *interior/ Point of purchase* terhadap keputusan pembelian, dan Mengetahui besar pengaruh antara *Store atmosphere* terhadap keputusan pembelian. Objek dalam penelitian ini adalah pengunjung Toserba Yogya Jl. Sunda, di kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *causal explanatory*. Populasi yang digunakan peneliti yaitu pengunjung toserba Yogya Jl. Sunda di kota Bandung. Sampel dalam penelitian ini adalah para pengunjung toserba Yogya Jl. Sunda, dalam jangka waktu yang ditetapkan oleh peneliti. Teknik yang digunakan peneliti yaitu dengan *non-probability sampling*. Pengukuran dalam pengisian kuisisioner penelitian ini menggunakan skala ordinal. Peneliti menggunakan kuisisioner sebagai cara untuk mendapatkan respon dari para pelanggan toserba Yogya yang diteliti.

Berdasarkan hasil penelitian, diteukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian pengunjung toserba Yogya Sunda, di kota Bandung, dimana sebesar 83.5% dari keputusan pembelian responden di toserba Yogya dipengaruhi oleh *Store atmosphere*. Selain itu, keempat sub-variabel *Store Atmosphere* memiliki pengaruh parsial terhadap keputusan pembelian.

Kata-kata kunci: *store atmosphere*, keputusan pembelian

ABSTRACT

In this study, researchers had a goal for knowing the influence between the exterior on purchasing decisions, Knowing the influence of general interior on purchasing decisions, Knowing the influence of store layout to the purchasing decision, Knowing the influence between interior (Point of purchase) on purchasing decisions, and Knowing the influence of store atmosphere on purchasing decisions. The object of this research is the visitor Yogya Department Store Jl. Sunda, in the city of Bandung.

This research uses causal explanatory research. The population that has been researched is the visitors of Yogya convenience store on Jl. Sunda in Bandung. The sample in this study was the visitors of Yogya convenience store on Jl. Sunda in Bandung, within the time period set by the researchers. The technique used by the researchers that the non-probability sampling. The subjects filling the questionnaire in this study using ordinal scale. Researchers used a questionnaire as a way to get a response from the customers surveyed on Yogya department store.

Based on the research results, it is found that a significant influence between Store Atmosphere on purchasing decisions on the visitors, which amounted to 83.5% of respondents in a grocery store purchase decisions are influenced by Yogya Store atmosphere. In addition, the four sub-variables Store Atmosphere has a partial influence on purchasing decisions.

Keywords: store atmosphere, buying decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	11
2.1 Fungsi Pemasaran	11
2.2 Manajemen Pemasaran	16
2.3 <i>Store Atmosphere</i>	17
2.3.1 Definisi <i>Store Atmosphere</i>	17
2.3.2 Dimensi-dimensi <i>Store Atmosphere</i>	18
2.4 Keputusan Pembelian	19
2.4.1 Definisi Keputusan Pembelian	19
2.4.2 Tahapan Keputusan Pembelian	20
2.5 Penelitian Empiris dan Pengembangan Hipotesis	23
2.6 Kerangka Pemikiran	27
2.7 Kerangka Teoritis	28
2.8 Model Penelitian	29
2.9 Hipotesisi	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Objek Penelitian	30
3.2 Jenis Penelitian	30
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.3.1 Teknik Pengambilan Sampel	31
3.3.2 Skala Pengukuran	31
3.4 Devinisi Operasional Variabel.....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data	32
3.6 Uji Instrumen	33
3.6.1 Uji Validitas	33
3.6.2 Uji Reliabilitas	33

3.7 Uji Asumsi Klasik	34
3.7.1 Uji Normalitas	35
3.7.2 Uji Heteroskedastisitas	35
3.7.3 Uji Multikolinearitas	36
3.8 Uji Hipotesis	36
3.8.1 Uji Regresi	36
3.8.2 Uji Koefisien Determinasi	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Hasil Penelitian	39
4.1.1 Hasil Penelitian Berdasarkan Data Demografis Responden.....	39
4.1.2 Uji Instrumen	42
4.1.2.1 Uji Validitas	43
4.1.2.2 Uji Reliabilitas	44
4.1.3 Uji Asumsi Klasik	44
4.1.3.1 Uji Normalitas	45
4.1.3.2 Uji Heteroskedadistitas	46
4.1.3.3 Uji Multikolinearitas	47
4.1.4 Uji Hipotesis	48
4.1.4.1 Uji Hipotesis Parsial Antara Exterior Terhadap Keputusan Pembelian	48
4.1.4.2 Uji Hipotesis Parsial Antara <i>General Interior</i> Terhadap Keputusan Pembelian	49
4.1.4.3 Uji Hipotesis Parsial Antara <i>Store Layout</i> Terhadap Keputusan Pembelian	51
4.1.4.4 Uji Hipotesis Parsial Antara <i>Interior And Point of Interest</i> Terhadap Keputusan Pembelian	52
4.1.4.5 Uji Hipotesis Simultan Antara <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	54
4.2 Pembahasan	56
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Simpulan	59
5.2 Keterbatasan Penelitian	60
5.3 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Konsep Inti Pemasaran 11
Gambar 2.2	Proses Keputusan Pembelian 22
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran 27
Gambar 2.4	Kerangka Teoritis 28
Gambar 2.5	Model Penelitian 29
Gambar 4.1	<i>Scatterplot</i> 46



DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Empiris	23
Tabel 3.1	Skala Pengukuran	31
Tabel 4.1	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2	Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.3	Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan Formal Terakhir.....	40
Tabel 4.4	Gambaran Responden Berdasarkan Status Pernikahan	41
Tabel 4.5	Gambaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	41
Tabel 4.6	Gambaran Responden Berdasarkan Lama Mengetahui Yoga	42
Tabel 4.7	Uji Validitas	43
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.9	Uji Normalitas	45
Tabel 4.10	Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4.11	Uji Hipotesis	48
Tabel 4.12	<i>Model Summary^b</i>	49
Tabel 4.13	<i>Coefficients^a</i>	50
Tabel 4.14	<i>Model Summary^b</i>	50
Tabel 4.15	<i>Coefficients^a</i>	51
Tabel 4.16	<i>Model Summary^b</i>	52
Tabel 4.17	<i>Coefficients^a</i>	53
Tabel 4.18	<i>Model Summary^b</i>	53
Tabel 4.19	ANOVA ^a	54
Tabel 4.20	<i>Model Summary^b</i>	55
Tabel 4.21	<i>Coefficients^a</i>	55

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A	Kuesioner64
Lampiran B	Hasil Perhitungan SPSS.....68

