

ABSTRAK

Perkembangan bisnis retail di era modern ini salah satunya merupakan bisnis kuliner. Bisnis Kuliner banyak digemari masyarakat perkotaan khususnya Kota Bandung. Dalam rangka menghadapi persaingan, perusahaan dituntut untuk membuat perbedaan dan keunikan dari perusahaan pesaing untuk menarik minat beli konsumen. Salah satu indikator yang mempengaruhi minat beli konsumen antara lain membangun suasana toko seperti bagian luar toko, bagian dalam toko, tata letak dan display. Tujuan dari penulisan ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh suasana toko terhadap minat beli konsumen Eureka Food Center Maranatha. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Causal Explanatory*. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan teknik survey dengan metode kuisioner yang dibagikan kepada 191 sampel dengan kriteria sampel yaitu mahasiswa Universitas Kristen Maranatha yang pernah berbelanja di Eureka Food Center Maranatha. Penelitian ini menggunakan metode sampling *purposive sampling* dan metoda analisis datanya menggunakan regresi berganda. Kesimpulan pada penelitian ini adalah semua hipotesis diterima atau terdapat pengaruh.

Kata kunci: Suasana Toko, Minat Beli, *Food Court*, Bagian Luar Toko, Bagian Dalam Toko, Tata Letak Toko, Pemajangan

ABSTRACT

The development of retail business in the modern era is one of the culinary business. Business Culinary favored urban society, especially the city of Bandung. In order to face the competition, the company is required to make a difference and uniqueness of the company's competitors to attract consumers to buy. One of the indicators that affect consumer buying interest among others to build the atmosphere of the store as part outside the store, inside the store, the layout and display. The purpose of this paper to determine whether there is influence the atmosphere of the store to the consumer purchase interest Eureka Food Center Maranatha. This type of research used in this study was Causal Explanatory. Data collection techniques using survey techniques with methods of questionnaire distributed to 191 samples with sample criteria that Maranatha Christian University students who shopped at Eureka Food Center Maranatha. This study use purposive sampling method of sampling and methods of analysis of data using multiple regression. The conclusion in this study is all hypothesis is accepted or there is have an influence.

Keywords: *Store Atmosphere, Buying Intention, Food Court, Exterior, Interior, Store Layout, Display*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iv
PERNYATAAN TUGAS TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II.....	8
LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Kajian Pustaka	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	8
2.1.3 Unsur-unsur Bauran Pemasaran.....	9
2.1.4 Retailing.....	10
2.1.5 Store Atmosphere.....	10
2.1.6 Perilaku Konsumen.....	20
2.1.7 Model Perilaku Konsumen.....	21
2.1.8. Minat Beli	22
2.2 Rerangka Teoritis.....	24
2.3 Rerangka Pemikiran.....	25
2.4 Pengembangan Hipotesis	26

2.5	Model Penelitian	28
2.6	Riset Empiris.....	30
BAB III.....		36
METODE PENELITIAN.....		36
3.1	Jenis Penelitian.....	36
3.2	Populasi, Sampel, Metode Pengambilan Sampel, dan Ukuran Sampel	37
3.2.1	Populasi.....	37
3.2.2	Sampel.....	37
3.2.3	Metode Pengambilan Sampel.....	37
3.2.4	Ukuran Sampel.....	38
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	39
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	42
3.5	Uji Pendahuluan.....	44
3.5.1	Uji Instrumen	44
3.5.1.1	Uji Validitas	44
3.5.1.2	Uji Reliabilitas	45
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	46
3.5.2.1	Uji Normalitas.....	46
3.5.2.2	Uji Multikolinearitas	47
3.5.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	48
3.6	Metode Analisis Data.....	48
3.6.1	Regresi Linear Berganda.....	48
BAB IV.....		50
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Hasil Penelitian	50
4.1.1	Gambaran Umum Responden	50
4.1.1.1	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.1.1.2	Gambaran Responden Berdasarkan Usia	51
4.1.1.3	Gambaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan yang Ditempuh.....	52
4.1.1.4	Gambaran Responden Berdasarkan Profesi	53
4.1.1.5	Gambaran Responden Berdasarkan Pernah atau Tidaknya Berbelanja di Eureka Food Center Maranatha	53
4.1.2	Analisis Statistik Deskriptif	54

4.1.3 Hasil Uji Kecukupan Sampel.....	59
4.1.4 Hasil Uji Instrumen.....	60
4.1.4.1 Hasil Uji Validitas.....	60
4.1.4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	65
4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	66
4.1.5.1 Hasil Uji Normalitas	66
4.1.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
4.1.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
4.1.6 Hasil Uji Regresi Berganda.....	70
4.1.6.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	70
4.1.6.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	73
4.1.6.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	74
4.2 Pembahasan.....	75
4.2.1 Pengaruh Bagian Luar Toko Terhadap Minat Beli	76
4.2.2 Pengaruh Bagian Dalam Toko Terhadap Minat Beli	76
4.2.3 Pengaruh Tata Letak Toko Terhadap Minat Beli	77
4.2.4 Pengaruh Display Terhadap Minat Beli.....	77
4.2.1 Pengaruh Bagian Luar Toko, Bagian Dalam Toko, Tata Letak Toko, dan.... Display Terhadap Minat Beli.....	78
BAB V.....	80
PENUTUP.....	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	81
5.3 Implikasi Penelitian	82
5.3.1 Implikasi Manajerial	82
5.3.2 Implikasi Teoritis	83
5.4 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1. Model Perilaku Konsumen.....	21
GAMBAR 2.2. Rerangka Teoritis.....	24
GAMBAR 2.3. Rerangka Pemikiran.....	25
GAMBAR 2.4. Model Penelitian	28



DAFTAR TABEL

TABEL 3.1.	Definisi Operasional Variabel.....	39
TABEL 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
TABEL 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
TABEL 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan yang	
	Ditempuh.....	52
TABEL 4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	53
TABEL 4.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah atau Tidaknya Berbelanja Di Eureka Food Center Maranatha	53
TABEL 4.6.	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel Pertanyaan Exterior	54
TABEL 4.7.	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel Pertanyaan Interior.....	55
TABEL 4.8.	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel Pertanyaan Tata Letak Toko	56
TABEL 4.9.	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel Pertanyaan Display	57
TABEL 4.10.	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel Pertanyaan Minat Beli	58
TABEL 4.11.	Kecukupan Sampel	59
TABEL 4.12.	Hasil Analisis Validitas Exterior.....	60
TABEL 4.13.	Hasil Analisis Validitas Interior.....	61
TABEL 4.14.	Hasil Analisis Validitas Tata Letak Toko	62
TABEL 4.15.	Hasil Analisis Validitas Display	63
TABEL 4.16.	Hasil Analisis Validitas Minat Beli	64
TABEL 4.17.	Hasil Analisis Reliabilitas.....	65
TABEL 4.18.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
TABEL 4.19.	Hasil Output Regresi.....	71
TABEL 4.20.	Hasil Uji Anova	74
TABEL 4.21.	Hasil Uji Koefisien Determinasi	75

DAFTAR GRAFIK

GRAFIK 4.1. Grafik Histogram	66
GRAFIK 4.2. Grafik Histogram P-Plot	67
GRAFIK 4.3. Grafik Scatterplot.....	69



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	Kuesioner Penelitian	89
LAMPIRAN B	Tabulasi Data Mentah	100
LAMPIRAN C	Hasil Pengolahan Data SPSS Data Responden	109
LAMPIRAN D	Hasil Pengolahan Data SPSS Statistik Deskriptif	111
LAMPIRAN E	Hasil Pengolahan Data SPSS Uji Kecukupan Sampel	120
LAMPIRAN F	Hasil Pengolahan Data SPSS Uji Instrumen	121
LAMPIRAN G	Hasil Pengolahan Data SPSS Uji Asumsi Klasik	127
LAMPIRAN H	Hasil Pengolahan Data SPSS Uji Regresi Berganda	131

