

ABSTRAK

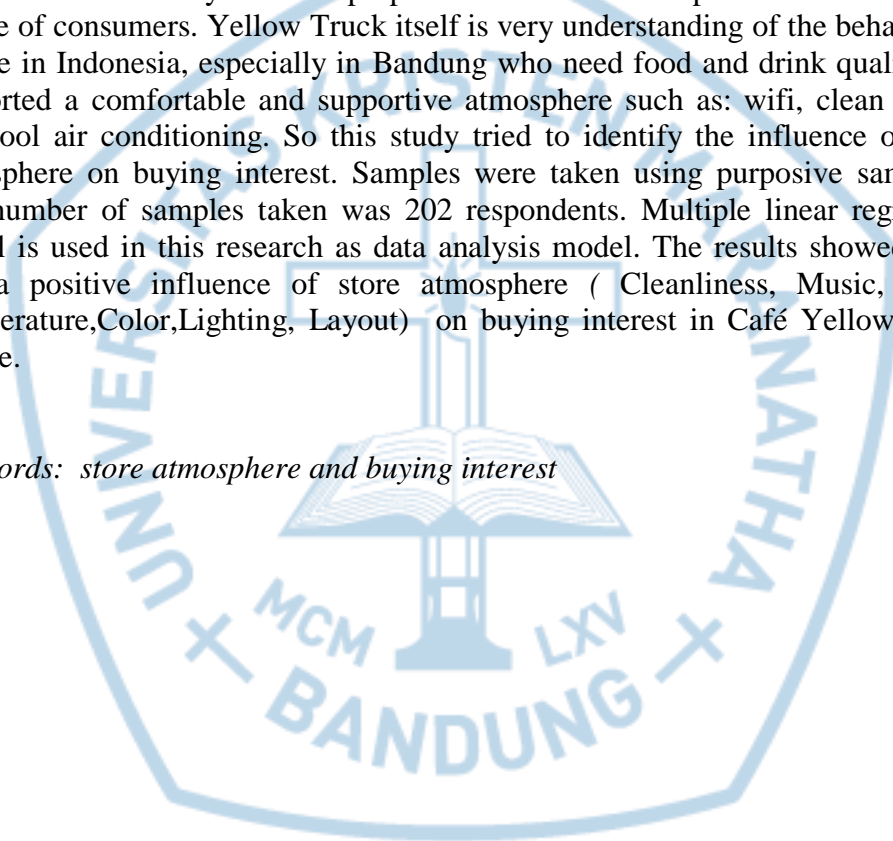
Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli pada *Café YellowTruck Coffee*. Bisnis retail di Indonesia pada saat ini sedang populer. Dengan berkembangnya bisnis *retail* membuat pelaku bisnis di industri ini pun menjadi perhatian dengan adanya persaingan antar pesaing lainnya. Oleh karena itu situasi pembelian terutama lingkungan fisik seperti warna, suara, cahaya, cuaca, dan pengaturan ruang dari orang perlu diperhatikan *retailer*, karena adanya lingkungan fisik yang menarik diharapkan mampu menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Kota Bandung memiliki daya tarik tersendiri dikarenakan banyaknya jenis kuliner dan beragam wisata yang dapat di kunjungi. Namun dengan perubahan gaya hidup beberapa pelaku bisnis di bidang kuliner harus mengikuti perkembangan zaman agar *café* tetap menjadi pilihan para konsumen. *YellowTruck* sendiri sangat memahami perilaku masyarakat di Indonesia terutama di Bandung yang membutuhkan makanan dan minuman berkualitas serta didukung suasana yang nyaman dan mendukung seperti: *wifi*, toilet yang bersih, dan pendingin ruangan yang sejuk. Maka penelitian ini mencoba mengidentifikasi pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli. Sampel diambil menggunakan *purposive sampling*. jumlah sampel yang di ambil berjumlah 202 responden . Model regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini sebagai model analisis data. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dari *store atmosphere* (*Cleanliness, Music, Scent, Temperature, Color, Lighting, Layout*) terhadap minat beli pada *Café YellowTruck Coffee*.

Kata-kata kunci: *store atmosphere* dan minat beli

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of store atmosphere on buying interest in Café Yellow Truck Coffee. Retail business in Indonesia is currently popular. With the development of retail business to make business in the industry is also a concern with the competition among other competitors. Therefore, the purchase situation, especially the physical environment such as color, sound, light, weather, and space settings of people need to be considered retailers, because of the interesting physical environment is expected to attract consumers to make purchases. Bandung city has its own charm due to the many types of culinary and various tours that can be visited. But with the lifestyle changes some businessmen in the field of culinary must keep up with the times to keep the café remains the choice of consumers. Yellow Truck itself is very understanding of the behavior of people in Indonesia, especially in Bandung who need food and drink quality and supported a comfortable and supportive atmosphere such as: wifi, clean toilets, and cool air conditioning. So this study tried to identify the influence of store atmosphere on buying interest. Samples were taken using purposive sampling. The number of samples taken was 202 respondents. Multiple linear regression model is used in this research as data analysis model. The results showed there was a positive influence of store atmosphere (Cleanliness, Music, Scent, Temperature,Color,Lighting, Layout) on buying interest in Café Yellow Truck Coffee.

Keywords: store atmosphere and buying interest



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
TITLE PAGE	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR	iv
PERNYATAAN PENELITIAN PRIMER	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran	8
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	13
2.1.2.1 Produk	14
2.1.2.2 Harga	14
2.1.2.3 Distribusi	15
2.1.2.4 Promosi.....	16
2.1.3 Retail.....	18
2.1.3.1 Bauran Ritel.....	20
2.1.4 <i>Store Atmosphere</i> (Suasana Toko).....	26
2.1.5 Perilaku Konsumen.....	39
2.1.6 Minat Beli Konsumen	40
2.1.7 Riset Empiris.....	43
2.2 Rerangka Teori.....	45
2.3 Rerangka Pemikiran.....	46
2.4 Pengembangan Hipotesis	47
2.5 Model Penelitian	51
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	52
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	52

3.2.1	Populasi.....	52
3.2.2	Sampel	53
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel	53
3.3	Operasional Variabel Penelitian	54
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	63
3.4.1	Wawancara.....	63
3.4.2	Kuesioner	63
3.4.3	Studi Pustaka.....	63
3.5	Teknik Analisis Data	64
3.5.1	Uji Instrumen	64
3.5.1.1	Uji Validitas Instrumen	64
3.5.1.2	Uji Reliabilitas Instrumen	64
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	65
3.5.2.1	Uji Normalitas	65
3.5.2.2	Uji Heteroskedastisitas	66
3.5.2.3	Uji MultiKolonieritas	67
3.6	Metode Analisis Data	68

BAB IV HASIL PEMBAHASAN DAN PENEITIAN

4.1	Hasil Penelitian	70
4.1.1	Hasil penelitian berdasarkan demografis responden.....	70
4.1.2	Uji Instrumen	72
4.1.2.1	Uji Validitas	72
4.1.2.2	Uji Reliabilitas.....	74
4.1.3	Uji Asumsi Klasik.....	75
4.1.3.1	Uji Normalitas	75
4.1.3.2	Uji Heterokedastisitas	76
4.1.3.3	Uji Multikolinearitas	77
4.1.4	Uji Hipotesis	78
4.1.4.1	Uji Hipotesis Parsial.....	78
4.1.4.1.1	Pengaruh Antara <i>cleanliness</i> terhadap Minat Beli	78
4.1.4.1.2	Pengaruh Antara <i>music</i> terhadap Minat Beli	79
4.1.4.1.3	Pengaruh Antara <i>scent</i> terhadap Minat Beli	80
4.1.4.1.4	Pengaruh Antara <i>temperature</i> terhadap Minat Beli	81
4.1.4.1.5	Pengaruh Antara <i>lighting</i> terhadap Minat Beli	82
4.1.4.1.6	Pengaruh Antara <i>color</i> terhadap Minat Beli	82
4.1.4.1.7	Pengaruh Antara <i>layout</i> terhadap Minat Beli	83
4.1.4.2	Uji HIpotesis Simultan	84
4.1.4.3	Uji Hipotesis Simultan (Uji -F)	85
4.1.4.4	Uji Koefisien Determinasi	86
4.1.4.5	Analisis Persamaan Regresi	86

4.2 Pembahasan.....	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	92
5.3 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN.....	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Rerangka Teori45
Gambar 2.2	Rerangka Pemikiran.....46
Gambar 2.3	Model Penelitian51
Gambar 4.1	<i>Scatterplot</i>77



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Riset Empiris.....43
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel56
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....70
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....70
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....71
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan71
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Usia72
Tabel 4.6	Profil Responden Berdasarkan Frekwensi Mengunjungi <i>Cafe Yellow Truck Coffee</i>72
Tabel 4.7	Tabel Uji Validitas73
Tabel 4.8	Tabel Reliabilitas75
Tabel 4.9	Tabel Uji Normalitas76
Tabel 4.10	Tabel Uji Multikolinearitas.....78
Tabel 4.11	Tabel Uji Hipotesis 179
Tabel 4.12	Tabel Uji Hipotesis 279
Tabel 4.13	Tabel Uji Hipotesis 380
Tabel 4.14	Tabel Uji Hipotesis 481
Tabel 4.15	Tabel Uji Hipotesis 582
Tabel 4.16	Tabel Uji Hipotesis 683
Tabel 4.17	Tabel Uji Hipotesis 783
Tabel 4.18	Tabel Uji Koefisien Simultan.....85
Tabel 4.19	Tabel Uji Koefisien Determinasi Gabungan.....86
Tabel 4.20	Tabel Koefisien.....86

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1	Kuesioner Penelitian
LAMPIRAN 2	Tabulasi Data

