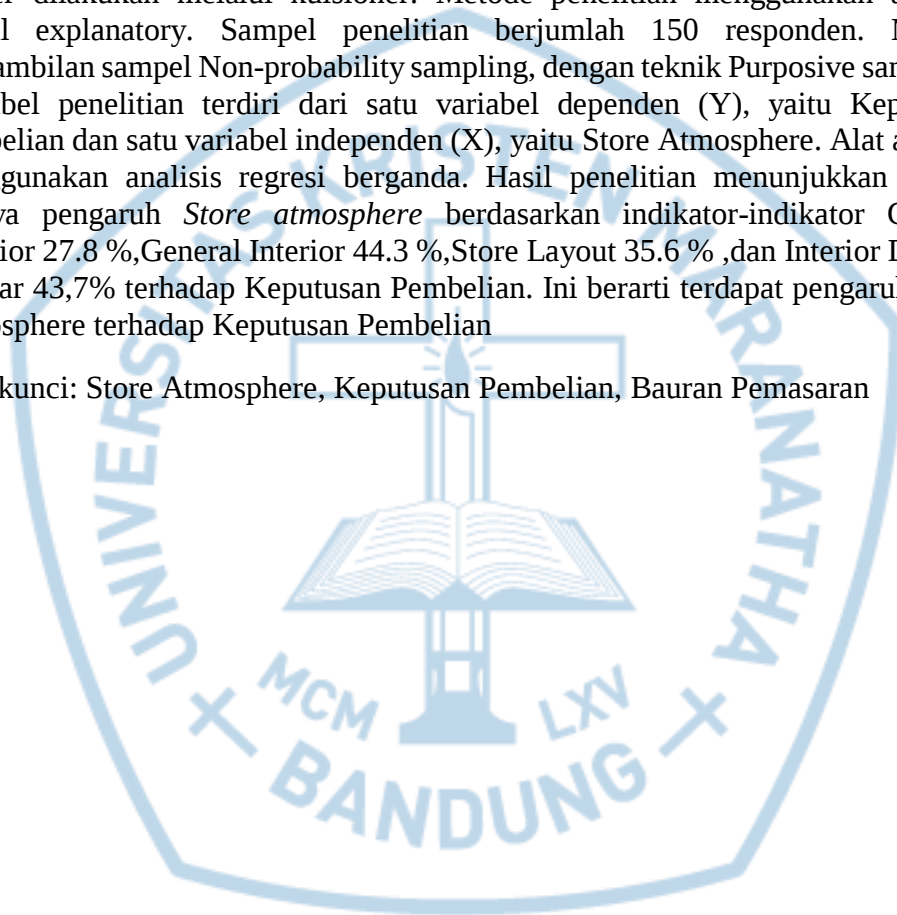


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh dari manajemen bauran pemasaran dengan Store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen Lottemart Festival Citylink di kota Bandung dengan menggunakan Store atmosphere yang cukup efektif. Didalamnya terdapat beberapa indikator-indikator yang merupakan bagian dari Store Atmosphere itu sendiri yaitu General exterior, General Interior, Interior display, dan Store Layout. Data penelitian yang digunakan berupa data primer. Teknik pengumpulan data primer dilakukan melalui kuisioner. Metode penelitian menggunakan analisis causal explanatory. Sampel penelitian berjumlah 150 responden. Metode pengambilan sampel Non-probability sampling, dengan teknik Purposive sampling. Variabel penelitian terdiri dari satu variabel dependen (Y), yaitu Keputusan Pembelian dan satu variabel independen (X), yaitu Store Atmosphere. Alat analisis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh *Store atmosphere* berdasarkan indikator-indikator General Exterior 27.8 %, General Interior 44.3 %, Store Layout 35.6 %, dan Interior Display sebesar 43,7% terhadap Keputusan Pembelian. Ini berarti terdapat pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian

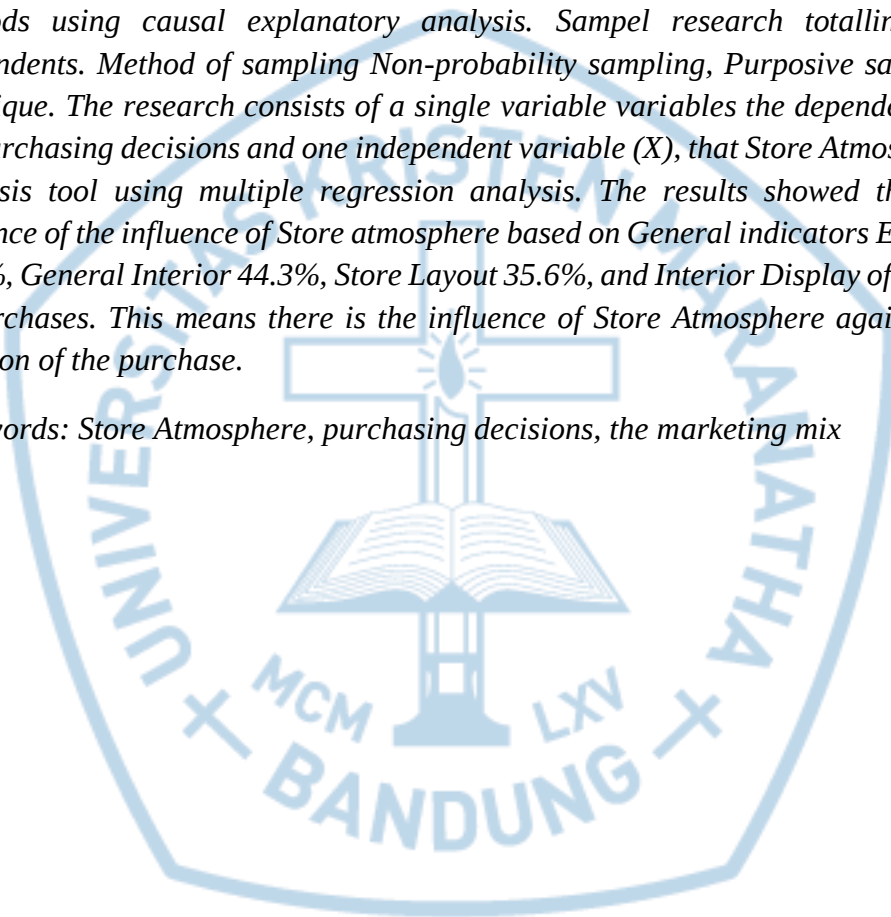
Kata kunci: Store Atmosphere, Keputusan Pembelian, Bauran Pemasaran



ABSTRACT

This study aims to analyze and test the influence of the management of the marketing mix with Store atmosphere against the purchasing decisions of consumers Lottemart Festival Citylink in Bandung with the use of the atmosphere which Store is quite effective. Inside there are some indicators that are part of Store Atmosphere itself, namely the General exterior, General Interior, Interior display, and Store Layout. Research data that is used in the form of primary data. Primary data collection techniques are done through a detailed questionnaire. Research methods using causal explanatory analysis. Sampel research totalling 150 respondents. Method of sampling Non-probability sampling, Purposive sampling technique. The research consists of a single variable variables the dependent (Y), i.e. purchasing decisions and one independent variable (X), that Store Atmosphere. Analysis tool using multiple regression analysis. The results showed that the presence of the influence of Store atmosphere based on General indicators Exterior 27.8%, General Interior 44.3%, Store Layout 35.6%, and Interior Display of 43.7% of purchases. This means there is the influence of Store Atmosphere against the decision of the purchase.

Key words: Store Atmosphere, purchasing decisions, the marketing mix



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	iv
SURAT LEMBAR KETERANGAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	 8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pemasaran.....	8
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	11
2.2 Ritel Marketing.....	12

2.2.1 Pengertian Ritel Marketing.....	12
2.2.2 Karakteristik Ritel.....	12
2.2.3 Fungsi Ritel.....	13
2.2.4 Bauran Ritel.....	14
2.3 Store Atmosphere	17
2.3.1 Pengertian Store Atmosphere.....	17
2.3.2 Tujuan Store Atmosphere.....	18
2.3.3 Element Store Atmosphere.....	19
2.4 Keputusan Pembelian.....	29
2.4.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	29
2.5 Hasil Penelitian Terpadu.....	36
2.6 Kerangka Teoritis.....	38
2.7 Rerangka Pemikiran.....	39
2.8 Pengembangan Hipotesis.....	40
2.9 Model Penelitian	40
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Populasi, Sampel.....	41
3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	42
3.4 Dov.....	44
3.5 Teknik Pengambilan Data	48
3.6 Teknik Analisis Data.....	50
3.6.1 Uji Instrumen.....	50
3.6.1.1 Uji Validitas	51
3.6.1.2 Uji Analisis Butir (Korelasi)	52
3.6.1.3 Uji Reliabilitas.....	52
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	53

3.6.2.1 Uji Normalitas.....	53
3.6.3 Koefisien Determinasi.....	54
3.6.4 Uji Hipotesis.....	55
3.6.5 Uji Regresi.....	56
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Gambaran Umum Responden	59
4.2. Profil Responden.....	59
4.2.1. Profil Responded Berdasarkan Usia.....	60
4.2.2. Profil Responded Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.2.3. Profil Responded Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	62
4.3. Tanggapan Responded Variabel.....	63
4.3.1. Tanggapan Responden Variabel X.....	63
4.3.2. Tanggapan Responden Variabel Y.....	80
4.4. Uji Instrumen.....	84
4.4.1. Hasil Uji Validitas.....	84
4.4.2. Uji Reliabilitas.....	89
4.5. Uji Asumsi Klasik.....	95
4.5.1. Uji Normalitas.....	95
4.5.2. Uji Multikolinearitas.....	96
4.6. Uji Hipotesis 1.....	97
4.6.1. Uji Hipotesis.....	97
4.6.2. Uji Regresi.....	100
4.6.3. Uji Koefisien Determinasi.....	105
4.7. Pembahasan.....	108
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	111
5.1 Kesimpulan	111

5.2 Saran	113
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	114

DAFTAR PUSTAKA.....

LAMPIRAN.....

DAFTAR RIWAYAT HIDUP (CURRICULUM VITAE)......



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Model Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sumber.....	31
Gambar 2.2 Kerangka Teoritis.....	38
Gambar 2.3 Model Penelitian.....	40
Gambar 2.4 rerangka pemikiran.....	39

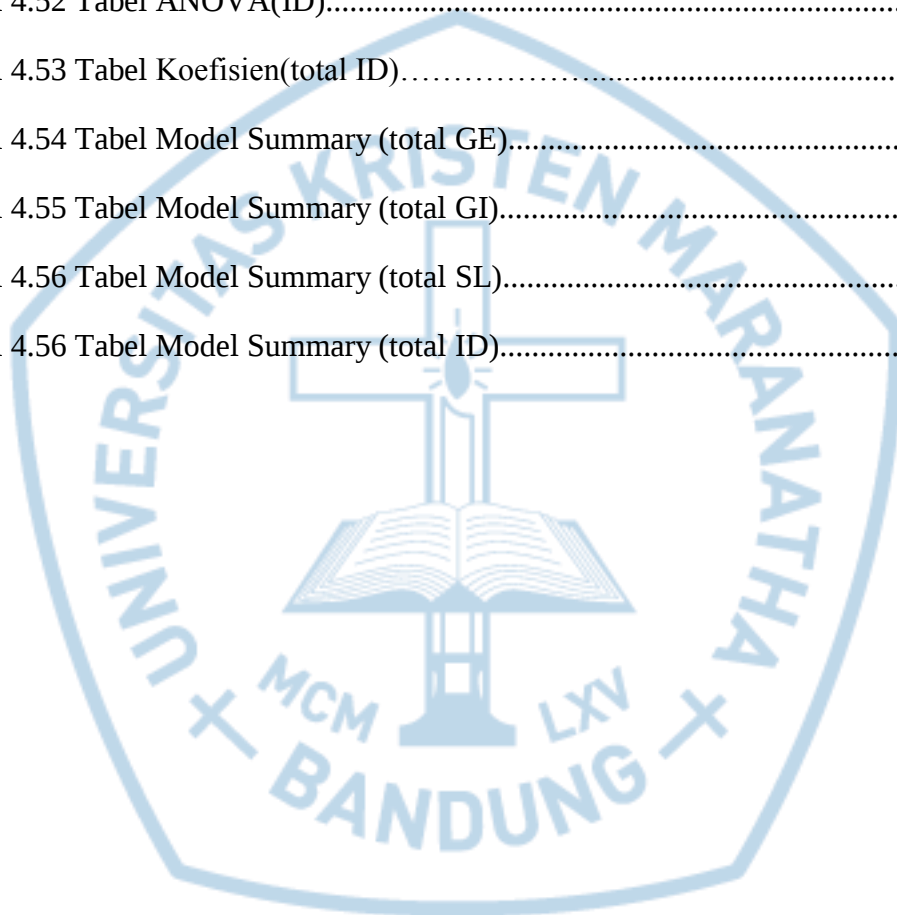


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Riset empiris.....	36
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel (DOV).....	44
Tabel 3.2 Tabel Skala likert.....	49
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan per bulan.....	62
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap variabel X (GE1).....	63
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap variabel X (GE2).....	64
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap variabel X (GE3).....	65
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap variabel X (GI4).....	66
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap variabel X (GI5).....	67
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap variabel X (GI6).....	68
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap variabel X (GI7).....	69
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap variabel X (GI8).....	70
Tabel 4.12 Tanggapan Responden terhadap variabel X (GI9).....	71
Tabel 4.13 Tanggapan Responden terhadap variabel X (GI10).....	72
Tabel 4.14 Tanggapan Responden terhadap variabel X (SL11).....	73
Tabel 4.15 Tanggapan Responden terhadap variabel X (SL12).....	74
Tabel 4.16 Tanggapan Responden terhadap variabel X (SL13).....	75
Tabel 4.17 Tanggapan Responden terhadap variabel X (ID14).....	76
Tabel 4.18 Tanggapan Responden terhadap variabel X (ID15).....	77
Tabel 4.19 Tanggapan Responden terhadap variabel X (ID16).....	78
Tabel 4.20 Tanggapan Responden terhadap variabel X (ID17).....	79

Tabel 4.21 Tanggapan Responden terhadap variabel X (KP18).....	80
Tabel 4.22 Tanggapan Responden terhadap variabel X (KP19).....	81
Tabel 4.23 Tanggapan Responden terhadap variabel X (KP20).....	82
Tabel 4.24 Tanggapan Responden terhadap variabel X (KP21).....	83
Tabel 4.25 Tabel Uji Validitas General exterior	85
Tabel 4.26 Tabel Uji Validitas General Interior.....	86
Tabel 4.27 Tabel Uji Validitas General Store Layout.....	87
Tabel 4.28 Tabel Uji Validitas General Interior Design.....	88
Tabel 4.29 Tabel Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	89
Tabel 4.30 Tabel Uji Reliabilitas Awal General Exterior.....	89
Tabel 4.31 Tabel Uji Reliabilitas Awal General Exterior.....	90
Tabel 4.32 Tabel Uji Reliabilitas Awal General Interior.....	91
Tabel 4.33 Tabel Uji Reliabilitas Awal General Interior.....	91
Tabel 4.34 Tabel Uji Reliabilitas Awal Store Layout.....	92
Tabel 4.35 Tabel Uji Reliabilitas Awal Store Layout.....	92
Tabel 4.36 Tabel Uji Reliabilitas Awal Interior Design.....	93
Tabel 4.37 Tabel Uji Reliabilitas Awal Interior Design.....	93
Tabel 4.38 Tabel Uji Reliabilitas Awal Keputusan Pembelian.....	94
Tabel 4.39 Tabel Uji Reliabilitas Awal Keputusan Pembelian.....	94
Tabel 4.40 Tabel Uji Normalitas	96
Tabel 4.41 Tabel Uji Multikolienearitas	97
Tabel 4.42 Tabel Koefisien(total GE).....	98
Tabel 4.43 Tabel Koefisien (Total GI).....	98
Tabel 4.44 Tabel Koefisien (Total SL).....	99
Tabel 4.45 Tabel Koefisien (Total ID).....	99

Tabel 4.46 Tabel ANOVA(GE).....	100
Tabel 4.47 Tabel Koefisien(total GE).....	100
Tabel 4.48 Tabel ANOVA(GI).....	101
Tabel 4.49 Tabel Koefisien(total GI).....	102
Tabel 4.50 Tabel ANOVA(SL).....	103
Tabel 4.51 Tabel Koefisien(total SL).....	103
Tabel 4.52 Tabel ANOVA(ID).....	104
Tabel 4.53 Tabel Koefisien(total ID).....	104
Tabel 4.54 Tabel Model Summary (total GE).....	105
Tabel 4.55 Tabel Model Summary (total GI).....	106
Tabel 4.56 Tabel Model Summary (total SL).....	106
Tabel 4.56 Tabel Model Summary (total ID).....	107



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner.....	
Lampiran B Jurnal.....	
Lampiran C Tabulasi Kuesioner (Data Kuesioner).....	
Lampiran D Hasil Output SPSS.....	
Lampiran E Berita acara bimbingan	
Lampiran F <i>Curriculum Vitae</i> (CV).....	

