

ABSTRAK

Riset ini memiliki tujuan untuk melihat “pengaruh Store Atmosphere terhadap keputusan pembelian pada para konsumen Distro Screamous, di kota Bandung”. Yang bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh Store Atmosphere terhadap keputusan pembelian pada para responden. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian causal explanatory. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat sekitar kota Bandung yang pernah berkunjung ke Distro Screamous , sedangkan sampel yang digunakan adalah masyarakat yang pernah berkunjung ke Distro Screamous. Ditemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Store atmosphere terhadap keputusan pembelian pada pengunjung Screamous Shop di kota Bandung. Sebesar 83.7% dari keputusan pembelian pada sampel akan dipengaruhi oleh Store atmosphere. Untuk itu, disarankan untuk dapat melakukan penelitian pada bidang-bidang usaha lain yang membutuhkan manajemen retail, seperti restoran, cafe, atau usaha mini market, yang memang membutuhkan *store layout* sebagai usaha untuk menarik pelanggan

Kata Kunci: Store Atmosphere, keputusan pembelian



ABSTRACT

In this study, it was intended to conduct research on "the influence of Store Atmosphere on purchasing decisions on consumers Screamous distributions, in the city of Bandung". Which aims to see how much influence the Store Atmosphere on purchasing decisions on the respondents. The type of research used in this study is the type of causal explanatory research. The population used in this study is the community around the city of Bandung who had visited the Screamous Distros, while the sample used is a community who had visited the Screamous Distros. It is found that there is a significant influence between Store atmosphere on purchasing decisions on visitors Screamous Shop in the city of Bandung. Researchers found that 83.7% of purchasing decisions on samples will be affected by Store atmosphere. It is suggested for research on other business fields that require retail management, such as restaurant, cafe, or mini market business, which do require store layout as an effort to attract customers

Keywords: Store Atmosphere, purchase decision



DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS | iii |
| PERNYATAAN PUBLIKASI DAN DOKUMENTASI..... | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT..... | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| | |
| BAB I: PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1.Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2.Rumusan Masalah | 7 |
| 1.3.Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4.Kegunaan Penelitian..... | 8 |
| | |
| BAB II: TINJAUAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN,DAN HIPOTESIS9 | |
| 2.1. Tinjauan teori | 9 |
| 2.1.1. Majamemen Pemasaran Retail..... | 9 |
| 2.1.2. Bauran Pemasaran Retail | 14 |
| 2.1.3. <i>Store atmosphere</i> | 17 |
| 2.1.4. Dimensi-dimensi <i>Store atmosphere</i> | 18 |
| 2.1.5. keputusan pembelian..... | 20 |
| 2.1.6. Tahapan Keputusan Pembelian | 21 |
| 2.1.7. Keputusan Pembelian..... | 25 |
| 2.2. Kerangka Teoretis | 27 |
| 2.3. Kerangka Pemikiran | 28 |
| | |
| BAB III: METODE PENELITIAN | 28 |
| 3.1 Jenis Penelitian..... | 28 |

| | |
|---|----|
| 3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel | 29 |
| 3.3. Definsi Operasional Variabel | 30 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 33 |
| 3.5 Uji Pendahuluan | 36 |
| 3.5.1 Uji Normalitas | 36 |
| 3.5.2 Uji Validitas | 36 |
| 3.5.3 Uji Reliabilitas | 37 |
| 3.5.4 Uji Heteroskedastisitas | 38 |
| 3.6 Metode Analisis Data | 39 |
| | |
| BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 41 |
| 4.1. Hasil Penelitian | 41 |
| 4.1.1. Gambaran objek penelitian | 41 |
| 4.1.2. Karakteristik Responden | 44 |
| 4.1.2.1. Gambaran responden berdasarkan Jenis Kelamin..... | 44 |
| 4.1.2.2. Gambaran responden berdasarkan Pendidikan | 44 |
| 4.1.2.3. Gambaran responden berdasarkan Status Perkawinan..... | 45 |
| 4.1.2.4. Gambaran responden berdasarkan usia | 45 |
| 4.1.2.5. Gambaran responden berdasarkan penghasilan yang diterima setiap Bulan | 46 |
| 4.1.2.6. Gambaran responden berdasarkan frekwensi kunjungan ke Screamous | 46 |
| 4.1.3. Uji Instrumen | 47 |
| 4.1.3.1. Uji Validitas | 47 |
| 4.1.3.2. Uji Reliabilitas | 49 |
| 4.1.4. Uji Asumsi Klasik | 49 |
| 4.1.4.1. Uji Normalitas | 50 |
| 4.1.4.2. Uji Heteroskedadistitas | 51 |
| 4.1.4.3. Uji Multikolinearitas | 52 |
| 4.1.5. Pengujian Hipotesis..... | 53 |
| 4.1.5.1. Pengujian Hipotesis Simultan antara <i>Store atmosphere</i> dengan Keputusan Pembelian..... | 53 |

| | |
|---|-----------|
| 4.1.5.2. Pengujian Koefisien Determinasi..... | 54 |
| 4.1.5.3. Pengujian Persamaan Regresi | 55 |
| 4.2. Pembahasan..... | 56 |
| 4.2.1. pengaruh antara Exterior Terhadap keputusan pembelian pada para konsumen Distro Screamous di kota Bandung | 56 |
| 4.2.2 pengaruh antara General Interior Terhadap keputusan pembelian pada para konsumen Distro Screamous di kota Bandung | 57 |
| 4.2.3 pengaruh antara store layout Terhadap keputusan pembelian pada para konsumen Distro Screamous di kota Bandung | 58 |
| 4.2.4 pengaruh antara interior display and Point of Purchase terhadap keputusan pembelian pada para konsumen Distro Screamous di kota Bandung .. | 58 |
| 4.2.5 pengaruh antara store atmosphere terhadap keputusan pembelian pada para konsumen Distro Screamous di kota Bandung..... | 58 |
| 4.3. Implikasi Manajerial | 59 |
| BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN | 61 |
| 5.1. Kesimpulan | 61 |
| 5.2. Keterbatasan Penelitian..... | 61 |
| 5.3. Saran..... | 62 |
| DAFTAR PUSTAKA | |