

ABSTRAK

Transmart Carrefour adalah sebuah perusahaan ritel di Indonesia. Konsep suasana toko dari Transmart Carrefour Buah Batu Bandung dalam kebersihan, musik, aroma, pencahayaan, suhu udara, warna, tampilan/tata letak menjadi tempat berbelanja favorit keluarga. Persaingan yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk mampu bertahan. Karena itu, setiap bisnis ritel modern perlu menambah kekuatan di dalam perusahaan untuk menarik minat beli konsumen. Inovasi dapat diterapkan dalam situasi pembelian dan suasana toko seperti kebersihan, musik, aroma, suhu udara, pencahayaan, warna, tampilan/ tata letak, dan minat beli dalam suasana toko. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suasana toko terhadap minat beli konsumen Transmart Carrefour Buah Batu Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha yang pernah melakukan pembelian di Transmart Carrefour Buah Batu Bandung. Sampel sebanyak 165 responden sehingga dapat memberikan gambaran fakta yang ada. Penelitian ini menggunakan metoda analisis data menggunakan regresi linier berganda. Kesimpulan pada penelitian ini adalah terdapat pengaruh suasana toko terhadap minat beli konsumen Transmart Carrefour Buah Batu Bandung.

Kata-kata kunci: suasana toko, kebersihan, musik, aroma, suhu udara, pencahayaan, tampilan/ tata letak, minat beli konsumen



ABSTRACT

Transmart Carrefour is a retail company in Indonesia. The concept of shop atmosphere from Transmart Carrefour Buah Batu Bandung in cleanliness, music, scent, lighting, temperature, color, display/layout into a favorite family shopping spot. The increasingly fierce competition requires the company to survive. Therefore, every modern retail business needs to add strength within the company to attract consumer buying. Innovation can be applied in purchasing situations and store atmosphere such as cleanliness, music, scent, temperature, lighting, color, display/layout, and purchase intention in store atmosphere. This research is intended to find out how big the influence of store atmosphere on consumer purchase intention Transmart Carrefour Buah Batu Bandung. The research method used is survey method with questionnaire. The population in this study is a student of Maranatha Christian University who had made a purchase in Transmart Carrefour Buah Batu Bandung. Sampel as many as 165 respondents so as to give an overview of the facts. This research uses data analysis method using multiple linear regression. The conclusion of this research there is the influence of the atmosphere of the store on consumer purchase intention Transmart Carrefour Buah Batu Bandung.

Keywords: store atmosphere, cleanliness, music, scent, temperature, lighting, display/layout, consumer purchase intention



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Kajian Pustaka	7
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2. Ritel Modern	8
2.1.3. <i>Retail Mix</i>	9
2.1.3.1. <i>Merchandise</i>	11
2.1.3.2. Harga (<i>Price</i>).....	12
2.1.3.3. Promosi (<i>Promotion</i>).....	12
2.1.3.4. Pelayanan (<i>Service</i>).....	12
2.1.3.5. Lokasi (<i>Place</i>)	13
2.1.4. Suasana Toko (<i>Store Atmosphere</i>)	13
2.1.4.1. Kebersihan (<i>Cleanliness</i>)	15
2.1.4.2. Musik (<i>Music</i>).....	15
2.1.4.3. Aroma (<i>Scent</i>)	16
2.1.4.4. Udara (<i>Temperature</i>).....	16
2.1.4.5. Pencahayaan (<i>Lighting</i>).....	17
2.1.4.6. Warna (<i>Color</i>)	17
2.1.4.7. Tampilan/Tata Letak (<i>Display/Layout</i>)....	17
2.1.5. Perilaku Konsumen	18
2.1.6. Minat beli.....	18
2.1.7. Tahap Keputusan Pembelian	19
2.2. Rerangka Teoritis	21
2.3. Rerangka Pemikiran	22
2.4. Pengembangan Hipotesis	24
2.5. Model Penelitian	27

2.6. Ringkasan Empiris	28
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	30
3.2. Populasi dan Sampel	30
3.2.1. Populasi	30
3.2.2. Sampel	30
3.2.3. Metode Pengambilan Sampel	31
3.2.4. Ukuran Sampel	31
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	32
3.3.1. Variabel Bebas/Independent (Variabel X)	32
3.3.2. Variabel Tergantung/Dependent (Variabel Y)	32
3.3.3. Skala Likert.....	38
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5. Metode Analisis Data	39
3.5.1. Uji Validitas	39
3.5.2. Uji Reliabilitas	40
3.5.3. Uji normalitas.....	40
3.5.4. Uji Heterokedastisitas	41
3.5.5. Uji hipotesis	41
3.5.6. Analisis Regresi Berganda	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	44
4.1.1. Analisis Deskriptif Profil Responden	44
4.1.1.1. Jenis Kelamin	45
4.1.1.2. Usia	45
4.1.1.3. Pernah Membeli	46
4.1.1.4. Frekuensi Pembelian	46
4.1.2. Hasil Tanggapan Kebersihan (K1).....	47
4.1.3. Hasil Tanggapan Kebersihan (K2).....	48
4.1.4. Hasil Tanggapan Kebersihan (K3).....	49
4.1.5. Hasil Tanggapan Musik (M1).....	50
4.1.6. Hasil Tanggapan Musik (M2).....	51
4.1.7. Hasil Tanggapan Musik (M3).....	52
4.1.8. Hasil Tanggapan Musik (M4).....	53
4.1.9. Hasil Tanggapan Musik (M5).....	54
4.1.10. Hasil Tanggapan Musik (M6).....	55
4.1.11. Hasil Tanggapan Aroma (A1).....	56
4.1.12. Hasil Tanggapan Aroma (A2).....	57
4.1.13. Hasil TanggapanAroma (A3).....	58
4.1.14. Hasil Tanggapan Suhu Udara (SU1).....	59
4.1.15. Hasil Tanggapan Suhu Udara (SU2).....	60
4.1.16. Hasil Tanggapan Suhu Udara (SU3).....	61
4.1.17. Hasil Tanggapan Pencahayaan (P1).....	62
4.1.18. Hasil Tanggapan Pencahayaan (P2).....	63
4.1.19. Hasil Tanggapan Pencahayaan (P3).....	64
4.1.20. Hasil Tanggapan Pencahayaan (P4).....	65

4.1.21. Hasil Tanggapan Pencahayaan (P5).....	66
4.1.22. Hasil Tanggapan Warna (W1)	67
4.1.23. Hasil Tanggapan Warna (W2)	68
4.1.24. Hasil Tanggapan Warna (W3)	60
4.1.25. Hasil Tanggapan Tampilan/tata letak (T/TL1) ..	70
4.1.26. Hasil Tanggapan Tampilan/tata letak (T/TL2) ..	71
4.1.27. Hasil Tanggapan Tampilan/tata letak (T/TL3) ..	72
4.1.28. Hasil Tanggapan Tampilan/tata letak (T/TL4) ..	73
4.1.29. Hasil Tanggapan Minat Beli (MB1)	74
4.1.30. Hasil Tanggapan Minat Beli (MB2)	75
4.1.31. Hasil Tanggapan Minat Beli (MB3)	76
4.1.32. Hasil Tanggapan Minat Beli (MB4)	77
4.1.33. Hasil Tanggapan Minat Beli (MB5)	78
4.2. Uji Instrumen	79
4.2.1. Uji Validitas	79
4.2.2. Uji Reliabilitas	81
4.3. Uji Asumsi Klasik	82
4.3.1. Uji Normalitas	82
4.3.2. Uji Heteroskedastisitas	83
4.3.3. Uji Multikolinearitas	85
4.4. Uji Hipotesis	86
4.4.1. Hasil Uji Hipotesis 1	86
4.4.2. Hasil Uji Hipotesis 2	87
4.4.3. Hasil Uji Hipotesis 3	88
4.4.4. Hasil Uji Hipotesis 4	89
4.4.5. Hasil Uji Hipotesis 5	90
4.4.6. Hasil Uji Hipotesis 6	91
4.4.7. Hasil Uji Hipotesis 7	92
4.5. Uji Regresi Linier Berganda	94
4.6. Pembahasan	97
4.6.1. Kebersihan memiliki pengaruh signifikan pada minat beli konsumen.....	97
4.6.2. Musik memiliki pengaruh signifikan pada minat beli konsumen.....	97
4.6.3. Aroma memiliki dampak signifikan pada minat beli konsumen.....	97
4.6.4. Suhu udara memiliki dampak signifikan pada minat beli konsumen.....	98
4.6.5. Pencahayaan memiliki dampak signifikan pada minat beli konsumen.....	98
4.6.6. Warna memiliki dampak signifikan pada minat beli konsumen	99
4.6.7. Tampilan / tata letak memiliki dampak signifikan pada minat beli konsumen	99

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	100
5.2. Keterbatasan Penelitian	102
5.3. Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN.....	109
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	132



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Rerangka Teoritis	21
Gambar 2.2. Rerangka Pemikiran	22
Gambar 2.3. Model Penelitian	27
Gambar 4.1. Hasil Uji Heteroskedadistas	84



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Ringkasan Empiris	28
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 3.2 Skala Likert	38
Tabel 4.1 Karakteristik Respoden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2 Karakteristik Respoden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.3 Karakteristik Respoden Berdasarkan Pernah Membeli	46
Tabel 4.4 Karakteristik Respoden Berdasarkan Frekuensi Pembelian ..	46
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Kebersihan 1.....	47
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Kebersihan 2.....	48
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Kebersihan 3.....	49
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Musik 1.....	50
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Musik 2.....	51
Tabel 4.10. Tanggapan Responden Terhadap Musik 3.....	52
Tabel 4.11. Tanggapan Responden Terhadap Musik 4.....	53
Tabel 4.12. Tanggapan Responden Terhadap Musik 5.....	54
Tabel 4.13. Tanggapan Responden Terhadap Musik 6.....	55
Tabel 4.14. Tanggapan Responden Terhadap Aroma 1	56
Tabel 4.15. Tanggapan Responden Terhadap Aroma 2.....	57
Tabel 4.16. Tanggapan Responden Terhadap Aroma 3	58
Tabel 4.17. Tanggapan Responden Terhadap Suhu Udara 1	59
Tabel 4.18. Tanggapan Responden Terhadap Suhu Udara 2.....	60
Tabel 4.19. Tanggapan Responden Terhadap Suhu Udara 3	61
Tabel 4.20. Tanggapan Responden Terhadap Pencahayaan 1	62
Tabel 4.21. Tanggapan Responden Terhadap Pencahayaan 2	63
Tabel 4.22. Tanggapan Responden Terhadap Pencahayaan 3	64
Tabel 4.23. Tanggapan Responden Terhadap Pencahayaan 4	65
Tabel 4.24. Tanggapan Responden Terhadap Pencahayaan 5	66
Tabel 4.25. Tanggapan Responden Terhadap Warna 1	67
Tabel 4.26. Tanggapan Responden Terhadap Warna 2	68
Tabel 4.27. Tanggapan Responden Terhadap Warna 3	69
Tabel 4.28. Tanggapan Responden Terhadap Tampilan/tata letak 1	70
Tabel 4.29. Tanggapan Responden Terhadap Tampilan/tata letak 2	71
Tabel 4.30. Tanggapan Responden Terhadap Tampilan/tata letak 3	72
Tabel 4.31. Tanggapan Responden Terhadap Tampilan/tata letak 4.....	73
Tabel 4.32. Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli 1	74
Tabel 4.33. Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli 2.....	75
Tabel 4.34. Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli 3.....	76
Tabel 4.35. Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli 4.....	77
Tabel 4.36. Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli 5.....	78
Tabel 4.37. Hasil Uji Validitas.....	79
Tabel 4.38. Hasil Uji Reliabilitas	81
Tabel 4.39. Hasil Uji Normalitas	82
Tabel 4.40. Hasil Uji Multikolinearitas	85
Tabel Hasil Uji Hipotesis 1	87

Tabel Hasil Uji Hipotesis 2	88
Tabel Hasil Uji Hipotesis 3	89
Tabel Hasil Uji Hipotesis 4	90
Tabel Hasil Uji Hipotesis 5	91
Tabel Hasil Uji Hipotesis 6	92
Tabel Hasil Uji Hipotesis 7	93
Tabel Hasil Uji Regresi Linear Berganda	94



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	109
Lampiran B Hasil Pengolahan Data SPSS (Data Respoden).....	113
Lampiran C Hasil Pengolahan Data SPSS (Pernyataan Kuesioner).....	114
Lampiran D Hasil Pengolahan Data SPSS (Uji Instrumen).....	123
Lampiran E Hasil Pengolahan Data SPSS (Uji Asumsi Klasik).....	127
Lampiran F Hasil Pengolahan Data SPSS (Regresi Linier Berganda)	131

