

## ABSTRAK

Penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan pembelian (Studi Kasus : Call Me Bro Brew Coffee Bar, Bandung)” untuk itu, penulis membuat penelitian ini untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Store Atmosphere* yang terdiri dari *Exterior*, *General Interior*, *Store Layout*, dan *interior display* dalam meningkatkan keputusan pembelian di Call Me Bro Brew Coffee Bar. Data diambil dalam bentuk kuesioner terhadap 190 orang responden.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei dengan analisis data secara kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah para masyarakat kota Bandung yang pernah berkunjung ke Call Me Bro Brew Coffee Bar. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah beberapa pengunjung Call Me Bro Brew Coffee Bar di kota Bandung. Sampel diambil dengan teknik *Purposive Sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner., sementara penilaian atas responden menggunakan model skala Likert dan menghasilkan pengukuran variabel dalam skala interval.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa dari empat variabel yang merupakan dimensi dari *Store Atmosphere*, didapat bahwa *Exterior*, *General Interior*, dan *Interior Display* diketahui memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan keputusan pembelian. Untuk itu, Call Me Bro Brew Coffee Bar dapat terus meningkatkan kualitas dari keempat variabel ini, untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian pada para konsumen.

Kata kunci : *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian

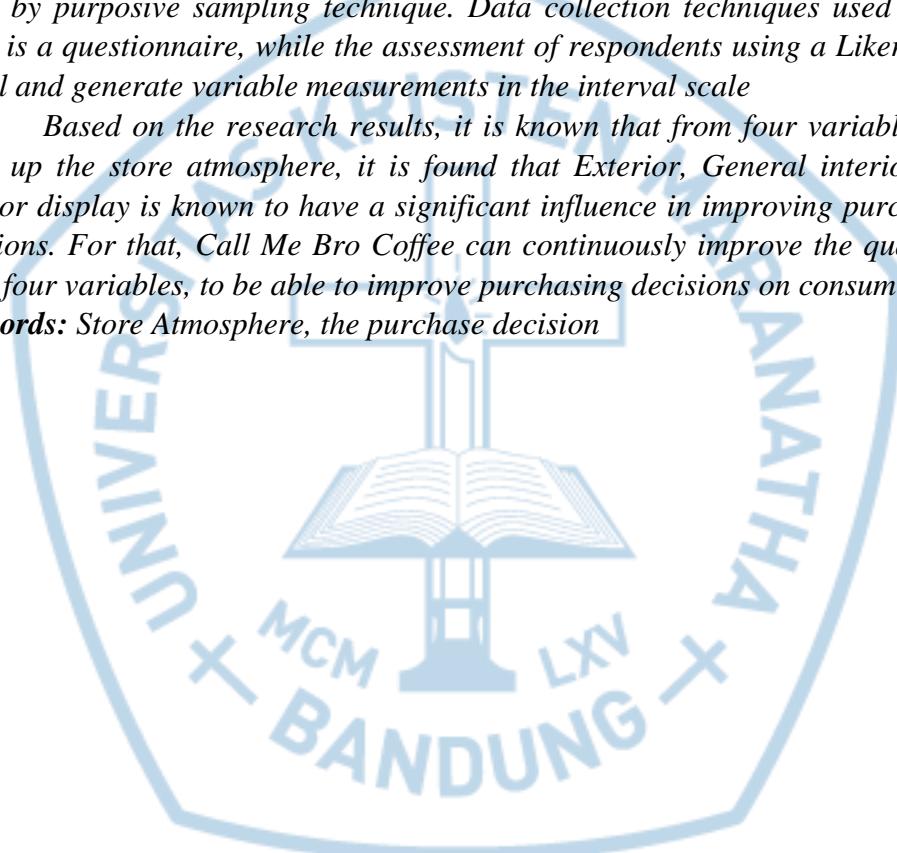
## **ABSTRACT**

*The author are interested to conduct research with the title "Influence of Store Atmosphere to the purchase decision (Case Study: Call Me Bro Brew Coffee Bar, Bandung)" for that, the author make this study to test and analyze the influence of Store Atmosphere which consists of Exterior, General Interior, Store Layout, and interior displays in improving purchasing decisions at Call Me Bro Coffee Bar. Data were taken in the form of questionnaires, on the number of 190 respondents.*

*The type of research used in this study is survey research, with quantitative data analysis. The population in this study is the people of Bandung. The sample in this study is the visitors Call Me Brew Coffee in the city of Bandung. Samples were taken by purposive sampling technique. Data collection techniques used in this study is a questionnaire, while the assessment of respondents using a Likert scale model and generate variable measurements in the interval scale*

*Based on the research results, it is known that from four variables that make up the store atmosphere, it is found that Exterior, General interior, and interior display is known to have a significant influence in improving purchasing decisions. For that, Call Me Bro Coffee can continuously improve the quality of these four variables, to be able to improve purchasing decisions on consumers.*

**Keywords:** Store Atmosphere, the purchase decision



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latarbelakangmasalah.....	1
1.2.RumusanMasalah .....	5
1.3.TujuanPenelitian .....	6
1.4.KegunaanPenelitian.....	7
BAB II: TINJAUAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	8
2.1. TinjauanTeori.....	8
2.1.1. ManajemenPemasaran.....	8
2.1.2. Majamenpemasaran Retail .....	9
2.1.3. Bauran Retail.....	10
2.1.4. Store Atmosphere.....	17
2.1.4.1. Exterior.....	17
2.1.4.2. General Interior .....	18
2.1.4.3. Store Layout .....	18
2.1.4.4 Interior Display .....	18
2.1.5. Keputusan Pembelian.....	19
2.1.5.1. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	19

2.1.6. Hasil penelitian empiris .....	27
2.2. Kerangka Teori.....	29
2.4. Pengembangan Hipotesis .....	31
BAB III: METODOLOGI PENELITIAN .....	32
3.1. JenisPenelitian.....	32
3.2. PopulasidanSampel .....	32
3.3. VariabeldanDefinsiOperasionalVariabel .....	33
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.5. Uji Instrumen .....	37
3.5.1. Uji Validitas .....	38
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	38
3.6. Uji Asumsi Klasik .....	39
3.6.1. Uji Normalitas.....	40
3.6.2.Uji Heteroskedastisitas.....	41
3.6.3.Uji Multikolinearitas .....	41
3.7. Uji Hipotesis .....	42
3.7.1 Uji Regresi .....	42
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1.hasil penelitian .....	44
4.1.1.hasil penelitian berdasakan data demografis.....	44
4.1.2. uji instrument .....	47
4.1.2.1. validitas .....	47
4.1.3.2. reliabilitas .....	49
4.1.3. uji asumsiklasik.....	51
4.1.3.1. uji normalitas.....	52
4.1.3.2. uji multikolinearitas .....	53

4.1.3.3. uji heteroskedadistitas .....	53
4.1.4. uji hipotesis .....	54
4.1.4.1 uji pengaruh Exterior dalam meningkatkan keputusan pembelian di Call Me Bro Brew Coffee Bar. ....	55
4.1.4.2 uji pengaruh Interior dalam meningkatkan keputusan pembelian di Call Me Bro Brew Coffee Bar. ....	56
4.1.4.3 uji pengaruh store layout dalam meningkatkan keputusan pembelian di Call Me Bro Coffee Bar. ....	57
4.1.4.4 uji pengaruh interior display dalam meningkatkan keputusan pembelian di Call Me Bro Coffee Bar. ....	57
4.2. Pembahasan.....	58
 BAB V:KESIMPULAN DAN SARAN .....	61
5.1. Kesimpulan .....	61
5.2. keterbatasan penelitian.....	62
5.3. implikasi manejerial .....	62
5.4. saran .....	62
5.4.1. saran bagi peneliti selanjutnya .....	62
5.4.2. saran bagi perusahaan. ....	63
 DAFTAR PUSTAKA .....	64