

ABSTRAK

Para perusahaan yang melakukukan kegiatan bisnis mempunyai harapan minat beli konsumen meningkat di masa yang akan datang. Namun, minat beli tersebut seringkali tidak dapat diprediksi karena adanya faktor yang dapat mempengaruhi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel atmosfir toko yaitu kebersihan, musik, aroma, temperatur udara, pencahayaan, warna, dan tampilan terhadap minat beli konsumen. Teknik pengambilan data yang dilakukan pada penelitian ini dengan metode kuisioner, dan juga survei *online*. Sampel penelitian diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling* dari perusahaan *ZEN Family Spa & Reflexology*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel aroma, temperatur, pencahayaan, dan warna berpengaruh terhadap minat beli konsumen. sedangkan variabel kebersihan, musik, dan tampilan tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Kata kunci : kebersihan, musik, aroma, temperatur, pencahayaan, warna, tampilan, dan minat beli konsumen

ABSTRACT

The companies that conduct business activities have the expectation of consumer purchase intention to increase in the future. However, purchase intention is often unpredictable due to factors that may affect. This study aims to determine the variables of the store's atmosphere hygiene, music, scent, temperature, lighting, color, and display of consumer purchase intention. Technique of data retrieval conducted in this research with questionnaire method, and also online survey. The sample was taken by using purposive sampling method from ZEN Family Spa & Reflexology company. The results showed that partially variable of scent, temperature, lighting, and color influence to consumer purchase intention, while the hygiene, music, and display variables do not affect consumer purchase intention.

Key words : hygiene, music, scent, temperature, lighting, color, display, and consumer purchase intention

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	vi
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN LITERATUR.....	8
2.1 KAJIAN PUSTAKA	8
2.1.1 Pemasaran.....	8
2.1.2 Strategi Pemasaran	8
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	12
2.1.4 Distribusi.....	15
2.1.5 Atmosfir Toko.....	20

2.1.6 Hierarki Tanggapan Konsumen	26
2.1.7 Iklan.....	28
2.1.8 Minat Beli.....	31
2.2 Kerangka Teoritis	34
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	35
2.4 Kerangka Pemikiran.....	37
2.5 Riset Empiris	38
2.6 Model Penelitian.....	41
 BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian	42
3.1.1 Variabel Penelitian.....	42
3.2 Populasi dan Sampel	44
3.2.1 Teknik Pengembangan Sampel.....	45
3.3 Operasional Variabel	46
3.4 Teknik Pengambilan Data.....	56
3.5 Uji Validitas	59
3.6 Uji Reabilitas	59
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	60
3.7.1 Uji Normalitas	60
3.7.2 Uji Heteroskedastisitas	60
3.8 Analisis Regresi	61
3.9 Koefisien Determinasi (R ²)	62
 BAB IV HASIL PENELITIAN.....	63
4.1 Hasil Penelitian.....	63
4.1.1 Uji Validitas	66

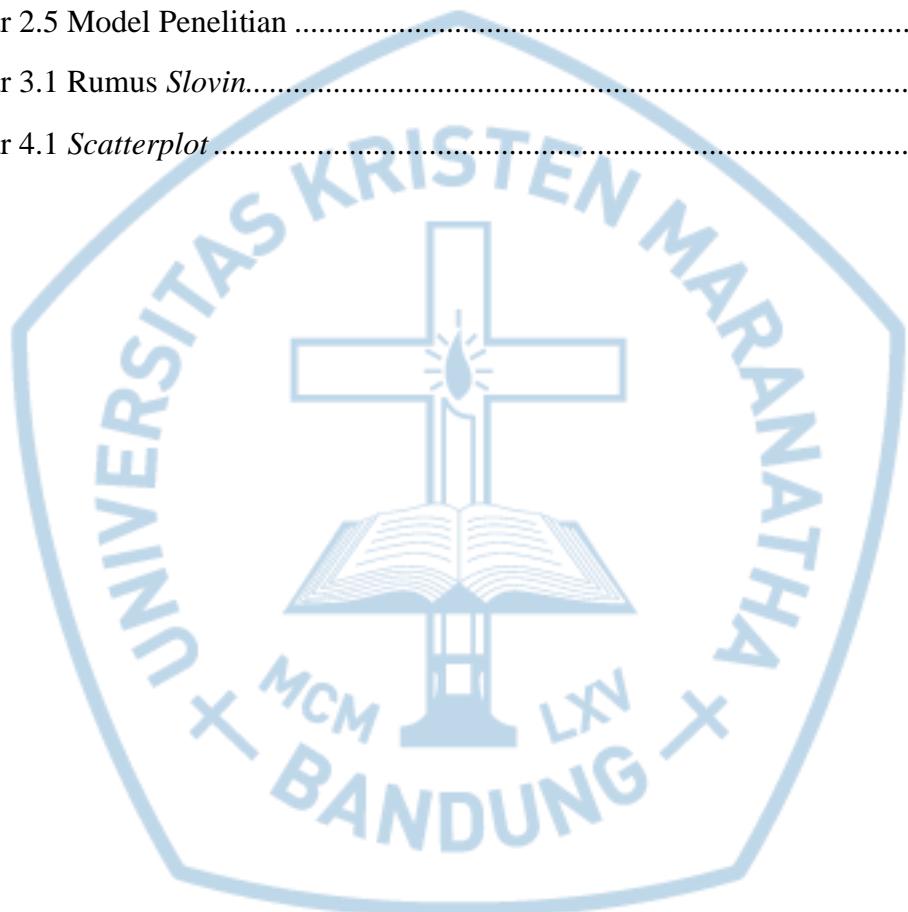
4.1.2 Uji Reliabilitas	68
4.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	69
4.1.4 Analisis Data	72
4.1.5 Uji Hipotesis.....	73
4.1.6 Koefisien Determinasi (R ²)	78
4.1.7 Pembahasan	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Implikasi Manajerial	82
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	82
5.4 Saran.....	83
5.4.1 Bagi Perusahaan.....	83
5.4.2 Bagi Pihak Lain	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	86
RIWAYAT HIDUP	98

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Riset Empiris.....	40
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	46
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	62
Tabel 4.2 Usia Responden.....	63
Tabel 4.3 Status Responden	63
Tabel 4.4 Penghasilan Responden.....	64
Tabel 4.5 Kunjungan Responden	64
Tabel 4.6 Intensitas Kunjungan Responden.....	65
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	66
Tabel 4.8 Variabel Valid	66
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	67
Tabel 4.10 Uji Normalitas.....	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Hipotesis X1	72
Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis X2	73
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis X3	73
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis X4	74
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis X5	74
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis X6	75
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis X7	75
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bauran Pemasaran	15
Gambar 2.2 Hierarki Tanggapan Konsumen	26
Gambar 2.3 Kerangka Teoritis	34
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran	37
Gambar 2.5 Model Penelitian	41
Gambar 3.1 Rumus <i>Slovin</i>	46
Gambar 4.1 <i>Scatterplot</i>	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuisioner.....	83
Lampiran B Hasil Olah Data SPSS 23.0	87

