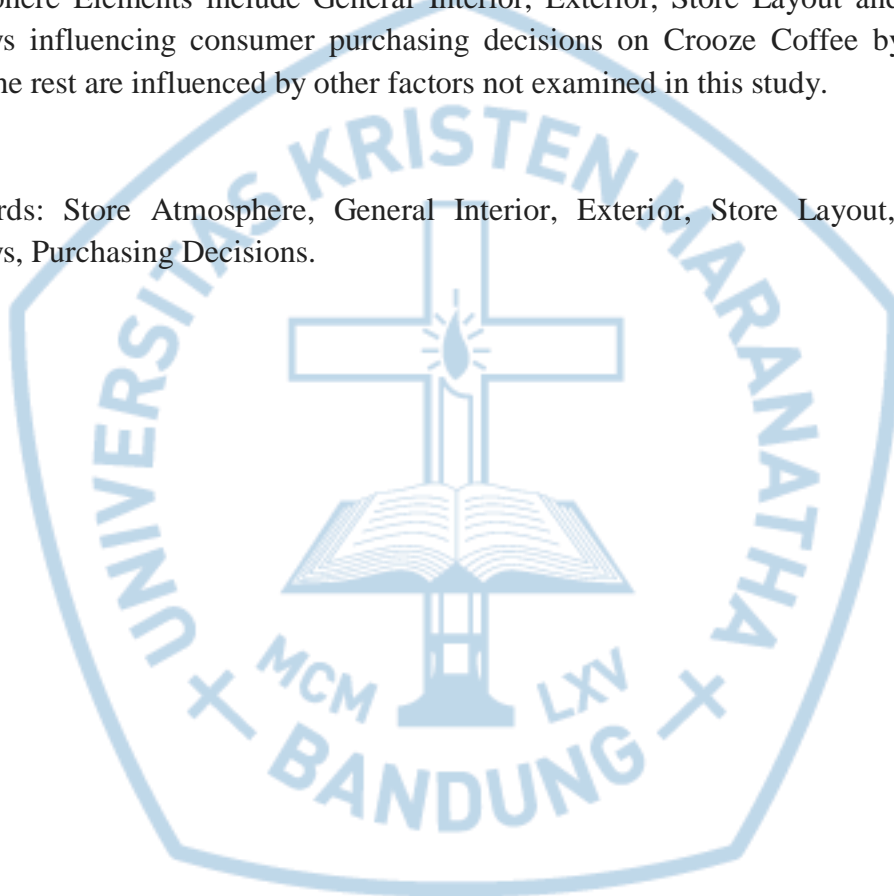


ABSTRACT

This study aims to test and analyze the effect of Store Atmosphere on consumer purchasing decisions on Crooze Coffee Bandung, partially and simultaneously. The data of this study are Primary data collected directly by distributing questionnaires to 200 consumers of Crooze Coffee. The data analysis technique uses multiple regression analysis with the SPSS program. At the stage of data analysis also tested the validity, reliability test, test coefficient of determination and hypothesis testing. The results showed that General interior and Exterior had a partial effect on purchasing decisions at Crooze Coffee, while Store Layout and Interior Displays had no effect on Purchasing Decisions at Crooze Coffee. Simultaneously Store Atmosphere Elements include General Interior, Exterior, Store Layout and Interior Displays influencing consumer purchasing decisions on Crooze Coffee by 16.3%, while the rest are influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: Store Atmosphere, General Interior, Exterior, Store Layout, Interior Displays, Purchasing Decisions.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Crooze Coffee Bandung, secara parsial dan simultan. Data penelitian ini merupakan data Primer yang dikumpulkan secara langsung dengan cara penyebaran kuesioner kepada 200 konsumen Crooze Coffee. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan program SPSS. Pada tahap analisis data juga dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *General interior dan Exterior* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Crooze Coffee, sedangkan *Store Layout dan Interior Displays* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Crooze Coffee. Secara simultan Elemen Store Atmosphere meliputi *General Interior, Exterior, Store Layout dan Interior Displays* berpengaruh terhadap keputusan Pembelian konsumen pada Crooze Coffee sebesar 16,3%, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci : *Store Atmosphere, General Interior, Exterior, Store Layout, Interior Displays*, Keputusan Pembelian.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPURAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.2 Bauran Pemasaran	10
2.2.1 Saluran Pemasaran	12
2.2.2 Jenis-Jenis Perantara Pemasaran	14
2.2.3 Tingkat Saluran Pemasaran	15
2.3 Retailing	16
2.3.1 Pengertian Retailing	16
2.3.2 Jenis-Jenis Retailing	17
2.3.3 Bauran Retailing	22
2.4 Store Atmosphere	24
2.4.1 Faktor Yang Mempengaruhi Store Atmosphere	25
2.4.2 Elemen Store Atmosphere	27
2.5 Prilaku Konsumen	35
2.5.1 Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen	36
2.6 Pengambilan Keputusan Konsumen	39
2.6.1 Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	40
2.7 Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian	43
2.8 Penelitian Terdahulu	45
2.9 Kerangka Teoritis	46
2.10 Kerangka Pemikiran	47
2.11 Hipotesis	51
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	52

3.2	Populasi dan Sampel	52
3.3	Teknik Pengambilan Sampel	53
3.4	Teknik Pengumpulan Data	53
3.5	Definisi Operasional Variable.....	55
3.6	Metode Analisis	58
3.7	Uji Instrumen	58
	3.7.1. Uji Validitas	58
	3.7.2 Uji Reliabilitas	59
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	59
	3.8.1 Uji Normalitas Data	59
	3.8.2 Uji Multikolinearitas.....	60
	3.8.3 Uji Heteroskedastisitas	60
3.9	Teknik Analisis Data.....	61
	3.9.1 Uji Regresi Linear Berganda	61
	3.9.2 Uji Hipotesis Parsial	62
	3.9.3 Uji Hipotesis Simultan.....	63
	3.9.4 Koefisien Determinasi	64
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Hasil Penelitian.....	65
	4.1.1 Gambaran Umum Responden.....	65
	4.1.2 Gambaran Tanggapan Responden	69
	4.1.2.1 Tanggapan Responden Tentang General Interior.....	69
	4.1.2.2 Tanggapan Responden Tentang Exterior	79
	4.1.2.3 Tanggapan Responden Tentang Store Layout.....	87
	4.1.2.4 Tanggapan Responden Tentang Interior Displays	95
	4.1.2.5 Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian	99
	4.1.3 Hasil Uji Kecukupan Sampel.....	105
	4.1.4 Hasil Uji Validitas	105
	4.1.5 Hasil Uji Reliabilitas	112
	4.1.6 Uji Asumsi Klasik.....	113
	4.1.6.1 Hasil Uji Normalitas	113
	4.1.6.2 Hasil Uji Multikolinearitas	115
	4.1.6.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	116
	4.1.7 Metode Analisis Data	117
	4.1.7.1 Regresi Linear Berganda	117
	4.1.7.2 Uji Hipotesis	118
	4.1.7.3 Koefisien Determinasi	120
4.2	Pembahasan	121
BAB V	PENUTUP	
5.1	Kesimpulan.....	123
5.2	Saran	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Elemen-Elemen Store Atmosphere	27
Gambar 2.2	Bagan Kerangka Teoritis	46
Gambar 2.3	Bagan Kerangka Pemikiran	47
Gambar 2.4	Model Proses Keputusan Pembelian.....	49
Gambar 2.5	Paradigma Penelitian Hipotesis	51
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas	113
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas	114
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	116



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Konsumsi Kopi Indonesia	2
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	45
Tabel 3.1	Definisi operasional	57
Tabel 4.1	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4.2	Gambaran Responden Berdasarkan Umur.....	66
Tabel 4.3	Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Tabel 4.4	Gambaran Responden Berdasarkan Pengeluaran Bulanan.....	68
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Tentang General Interior 1	69
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Tentang General Interior 2.....	70
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Tentang General Interior 3.....	71
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Tentang General Interior 4.....	72
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Tentang General Interior 5.....	73
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Tentang General Interior 6.....	74
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Tentang General Interior 7.....	75
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Tentang General Interior 8.....	76
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Tentang General Interior 9.....	77
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Tentang General Interior 10.....	78
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Tentang Exterior 11.....	79
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Tentang Exterior 12.....	80
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Tentang Exterior 13.....	81
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Tentang Exterior 14.....	82
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Tentang Exterior 15.....	83
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Tentang Exterior 16.....	84
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Tentang Exterior 17.....	85
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Tentang Exterior 18.....	86
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Tentang Store Layout 19.....	87
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Tentang Store Layout 20.....	88
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Tentang Store Layout 21.....	89
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Tentang Store Layout 22.....	90
Tabel 4.27	Tanggapan Responden Tentang Store Layout 23.....	91
Tabel 4.28	Tanggapan Responden Tentang Store Layout 24.....	92
Tabel 4.29	Tanggapan Responden Tentang Store Layout 25.....	93
Tabel 4.30	Tanggapan Responden Tentang Store Layout 26.....	94
Tabel 4.31	Tanggapan Responden Tentang Interior Displays 27.....	95
Tabel 4.32	Tanggapan Responden Tentang Interior Displays 28.....	96
Tabel 4.33	Tanggapan Responden Tentang Interior Displays 29.....	97
Tabel 4.34	Tanggapan Responden Tentang Interior Displays 30.....	98
Tabel 4.35	Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian 31.....	99
Tabel 4.36	Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian 32.....	100
Tabel 4.37	Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian 33.....	101
Tabel 4.38	Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian 34.....	102
Tabel 4.39	Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian 35.....	103
Tabel 4.40	Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian 36.....	104
Tabel 4.41	Hasil KMO dan Barlett's Test	105
Tabel 4.42	Hasil Uji Validitas General Interior.....	106
Tabel 4.43	Hasil Uji Validitas Exterior	107
Tabel 4.44	Hasil Uji Validitas Store Layout	108
Tabel 4.45	Hasil Uji Validitas Interior Displays	110

Tabel 4.46	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	111
Tabel 4.47	Hasil Uji Reliabilitas	112
Tabel 4.48	Hasil Uji Multikolinearitas	115
Tabel 4.49	Hasil Regresi linier berganda.....	117
Tabel 4.50	Hasil Uji t.....	118
Tabel 4.51	Hasil Uji F	119
Tabel 4.52	Hasil Koefisien Determinasi R Square	120



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner Penelitian.....	27
Lampiran B	Skor Kuesioner	46
Lampiran C	Hasil Profil dan Tangapan Responden	47
Lampiran D	Hasil Analisis Data SPSS 24	49

