

ABSTRAK

peneliti tertarik untuk dapat melakukan penelitian mengenai “General Interior Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Uniqlo Paris Van Java Kota Bandung.” Dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis ada atau tidaknya pengaruh Store Atmosphere terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini ditunjukkan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis yang dirumuskan.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kota Bandung. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat di kota Bandung yang pernah berkunjung dan berbelanja di Uniqlo Paris Van Java. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Non-Probability Sampling dengan metode Purposive Sampling. Penelitian ini menggunakan Kuesioner, yang merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi separakat pertanyaan. Dalam penelitian ini untuk mengukur indikator-indikator pertanyaan menggunakan skala likert. Analisis data yang digunakan dengan bantuan dari program SPSS sebagai alat untuk meregresikan model yang telah dirumuskan.

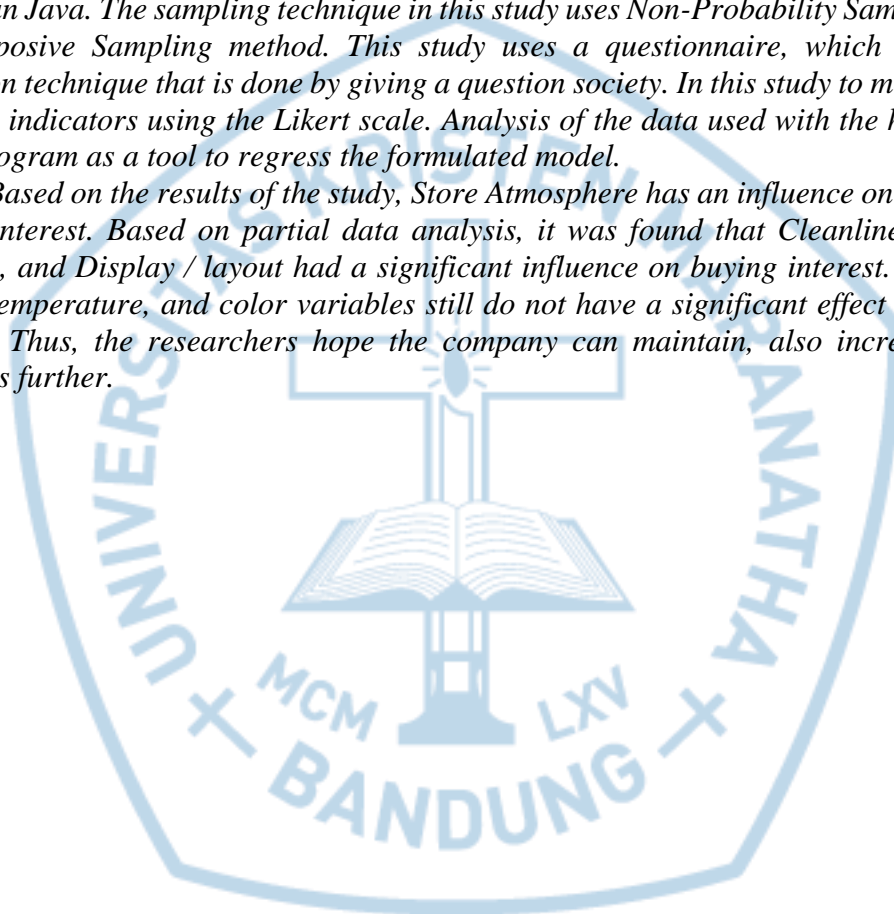
Berdasarkan hasil penelitian, Store Atmosphere memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen. Berdasarkan analisis data secara parsial, didapatkan bahwa Cleanliness, Scent, Lighting, dan Display/layout memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Sementara variabel Music, temperature, dan color yang masih tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Dengan demikian, peneliti berharap perusahaan dapat mempertahankan, juga meningkatkan variabel-variabel ini lebih lanjut.

ABSTRACT

The researcher interested in being able to conduct research on "General Interior Against Consumer Purchase Interest in Uniqlo Paris Van Java Bandung City." In this study aims to test and analyze the presence or absence of the influence of Store Atmosphere on consumer buying interest. This study is intended to explain the causal relationship between research variables and test the hypotheses that are formulated.

The population in this study is the community in the city of Bandung. The sample in this study were people in the city of Bandung who had visited and shopped at Uniqlo Paris Van Java. The sampling technique in this study uses Non-Probability Sampling with the Purposive Sampling method. This study uses a questionnaire, which is a data collection technique that is done by giving a question society. In this study to measure the question indicators using the Likert scale. Analysis of the data used with the help of the SPSS program as a tool to regress the formulated model.

Based on the results of the study, Store Atmosphere has an influence on consumer buying interest. Based on partial data analysis, it was found that Cleanliness, Scent, Lighting, and Display / layout had a significant influence on buying interest. While the Music, temperature, and color variables still do not have a significant effect on buying interest. Thus, the researchers hope the company can maintain, also increase these variables further.



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
BAB 1.....	1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Rumusan masalah.....	5
1.3.Tujuan Penelitian.....	6
1.4.Manfaat Penelitian (revisi).....	7
BAB 2.....	8
2.1.Kajian Teori.....	8
2.1.1.Retail Mix (Bauran Ritel).....	8
2.1.2.Store Atmosphere.....	10
2.1.3.Clealiness (Kebersihan).....	15
2.1.4.Music (Musik).....	15
2.1.5.Scent (Aroma).....	16
2.1.6.Temperature (Suhu).....	16
2.1.7.Lighting (Pencahaya-an).....	17
2.1.8.Color (Warna).....	17
2.1.9.Display/Layout (Tampilan/Tata Letak).....	18
2.1.10.Perilaku Konsumen.....	18
2.1.11.Purchase Intention.....	19

2.2. Riset Empiris	20
2.3. Rerangka Teori	23
2.4. Rerangka Pemikiran	24
2.5. Pengembangan Hipotesis.....	26
BAB 3	29
3.1. Jenis Penelitian	29
3.1.1. Populasi dan Sampel.....	29
3.1.2. Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian	30
3.3. Teknik Pengumpulan Data	42
3.4. Metode Pengolahan Data.....	44
3.4.1. Uji Validitas.....	44
3.4.2. Uji Reliabilitas.....	45
3.4.3. Uji Asumsi Klasik	45
3.4.4. Uji Regresi Linear Berganda.....	47
3.4.5. Uji Hipotesis.....	48
BAB 4	50
4.1. Hasil Penelitian.....	50
4.1.1. Gambaran Karakteristik Responden.....	50
4.1.2. Uji Instrumen.....	50
4.1.3. Uji Asumsi Klasik	55
4.1.4. Uji Hipotesis.....	59
4.2. Pembahasan	70
BAB 5	75
5.1. Kesimpulan.....	75
5.2. Keterbatasan Penelitian	76

5.3.Implikasi manajerial	76
5.4.Saran	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2.1 Riset Empiris	20
Tabel 3.2.1 Definisi Operasional Variabel Peneletian	31
Tabel 3.3.1 Desain Pengukuran Jawaban Kuesioner.....	43
Tabel 4.1.1 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4.1.2 Hasil Uji Validitas	52
Tabel 4.1.3 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.1.4 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.1.5 Hasil Uji Normalitas.....	55
Tabel 4.1.6 Hasil Uji Multikolinieritas.....	57
Tabel 4.1.7 Uji Regresi Linear Berganda.....	59
Tabel 4.1.8 Uji Regresi linier sederhana	61
Tabel 4.1.9 Uji Regresi linier sederhana	62
Tabel 4.1.10 Uji Regresi linier sederhana	63
Tabel 4.1.11 Uji Regresi linier sederhana	63
Tabel 4.1.12 Uji Regresi linier sederhana	64
Tabel 4.1.13 Uji Regresi linier sederhana	64
Tabel 4.1.14 Uji Regresi linier sederhana	65
Tabel 4.1.15 Uji Regresi linier sederhana	66
Tabel 4.1.16 Uji Regresi linier sederhana	66
Tabel 4.1.17 Uji Regresi linier sederhana	67

Tabel 4.1.18 Uji Regresi linier sederhana	68
Tabel 4.1.19 Uji Regresi linier sederhana	68
Tabel 4.1.20 Uji Regresi linier sederhana	69
Tabel 4.1.21 Uji Regresi linier sederhana	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.1 Nama dan Logo Brand Uniqlo.....	3
Gambar 2.3.1 Rerangka Teori	23
Gambar 2.4.1 Rerangka pemikiran.....	24
Gambar 2.5.1 Model Penelitian.....	28
Gambar 4.1.1 Uji Heteroskedastisitas	58

