

ABSTRAK

Salah satu hal yang dapat mempengaruhi opini atau persepsi di benak konsumen adalah *atmosphere* toko. Pendapat atau persepsi negatif akan datang dari konsumen jika konsumen kurang menyukai suasana yang disediakan oleh mini market. Hal ini juga dapat dilihat dari sikap konsumen, jika konsumen memberikan opini yang kurang baik kepada mini market Alfamart maka konsumen akan mengurangi tingkat kunjungan mini market Alfamart. Karena suasana toko yang kurang baik akan dapat mempengaruhi minat beli.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh suasana toko terhadap minat beli konsumen di Alfamart mini market. Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah non probability sampling. Jumlah sampel yang diambil adalah 109 yang merupakan konsumen dari Alfamart mini market Jl.Surya Sumantri Bandung. Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa suasana toko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen. Untuk hasil penelitian dukungan dari hasil penelitian sebelumnya dengan penelitian yang sama yaitu pengaruh suasana toko terhadap minat beli konsumen tidak berlaku. Dengan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa suasana toko tidak berperan penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen.

Kata kunci : Minat Beli, Suasana Toko

ABSTRACT

One of the things that can influence the opinion or perception in the minds of consumers is the shop atmosphere. Opinions or negative same perception will come from the consumer if the consumer does not like the atmosphere provided by the store. It can also be seen from the attitude of the consumer, if the consumer an opinion unfavorable to the mini market Alfamart then consumers will reduce traffic levels Alfamart mini market. Since the atmosphere is not good shop will be able to influence the buying interest.

This study aimed to identify the effect of store atmosphere on consumer buying interest in Alfamart mini market. The method used by the authors is a non probability sampling. The number of samples taken is 109 which is the consumer of Alfamart mini market Jl.Surya Sumantri Bandung. Data analysis techniques used by multiple regression.

The results of this study indicate that the atmosphere of the store did not significantly influence consumers to buy. For the results of the study support the results of previous studies by the same research is the influence of store atmosphere on consumer purchase interest are not applicable. With these results we can conclude that the atmosphere of the store does not important role in influencing consumers to buy.

Keywords: Interests Buy, Atmosphere Stores

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN	ii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH	4
1.3.1 MAKSUD PENELITIAN	4
1.3.2 TUJUAN PENELITIAN	4

1.4 KEGUNAAN PENELITIAN	5
-------------------------------	---

BAB 2 STUDI PENDAHULUAN

2.1 KAJIAN PUSTAKA	6
--------------------------	---

2.1.1 STORE ATMOSPHERE	6
------------------------------	---

2.1.2 MINAT BELI	15
------------------------	----

2.2 MATRIK PENELITIAN TERDAHULU	17
---------------------------------------	----

2.3 KERANGKA PEMIKIRAN	18
------------------------------	----

2.4 MODEL PENELITIAN	19
----------------------------	----

2.5 PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.5.1 HUBUNGAN ANTAR VARIABEL	19
-------------------------------------	----

2.5.2 HIPOTESIS	20
-----------------------	----

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 JENIS PENELITIAN	21
----------------------------	----

3.2 POPULASI DAN SAMPEL

3.2.1 POPULASI	21
----------------------	----

3.2.2 SAMPEL	22
--------------------	----

3.3 TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL	22
3.4 DAFTAR OPERASIONAL VARIABEL	23
3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA	30
3.6 UJI PENDAHULUAN	
3.6.1 VALIDITAS	30
3.6.2 RELIABILITAS	31
3.7 ASUMSI KLASIK	31
3.7.1 OUTLIERS	31
3.7.2 NORMALITAS	32
3.7.3 HETEROSKEDASTISITAS	32
3.8 TEKNIK ANALISIS DATA	32
3.9 KOEFISIEN DETERMINASI	33
3.10 KRITERIAN PENGUJIAN HIPOTESIS	33
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 GAMBARAN RESPONDEN	35
4.1.1 JENIS KELAMIN	37

4.1.2 PEKERJAAN.....	38
4.1.3 USIA	38
4.1.4 PENDAPATAN PER BULAN	39
4.2 HASIL PENELITIAN	
4.2.1 DESKRIPSI VARIABEL PENELITIAN	41
4.3 UJI KUALITAS DATA	
4.3.1 UJI VALIDITAS	43
4.3.2 UJI RELIABILITAS	47
4.4.1 ASUMSI KLASIK	48
4.4.2 UJI NORMALITAS	49
4.4.3 HETEROSKEDASTISITAS	50
4.4.4 MULTIKOLNIERITAS	51
4.5 ANALISIS DATA	53
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 SIMPULAN	56
5.2 SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	57

5.3 KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN UNTUK PENELITIAN	
SELANJUTNYA	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	60

DAFTAR TABEL

I. MATRIKS PENELITIAN TERDAHULU	17
II. DOV	23
III. JENIS KELAMIN	36
IV. PEKERJAAN	37
V. USIA	38
VI. PENGELUARAN PER BULAN	39
VII. KUNJUNGAN PER BULAN	40
VIII. VARIABEL PENELITIAN	41
IX. KMO AWAL	43
X. ROTATED COMPONENT AWAL	44
XI. ROTATED COMPONENT AKHIR	45
XII. RELIABILITY OS	47
XIII. RELIABILITY IS	47
XIV. RELIABILITY MB	48
XV. NORMALITAS	49

XVI. HETEROSKEDASTISITAS	51
XVII. MULTIKOLNIERITAS	52
XVIII. COEFFICIENT REGRESI	53
XIX. MODEL SUMMARY DAN LINIER BERGANDA	54

DAFTAR GAMBAR

I. KERANGKA PEMIKIRAN	18
II. MODEL PENELITIAN	19