

ABSTRACT

The condition of business competition means that each company must be able to make use of all the opportunities and challenges business, especially in the field of retail. Retail business modern in indonesia nowis more stringent, means that each company to be much concerned with marketing strategies that effective, that is oriented to consumers so that it can affect the interest of buying. Store atmosphere is one marketing strategies that is effective in attract buy consumers to come in and buy that focuses on the atmosphere of the store. There are 4 elements in store atmosphere, which is exterior general the interior, store layout, the interior of display that must be in watch the retailers to succeed attract buy consumers. Two recent years retail lawson began to enliven competition retail business by displaying atmosphere that is pretty fascinating so as to affect the interest of consumers buy them. The study is done to examine and analyze how big the influence of store atmosphere against interest buy with spreading a questionnaire to the respondent. The research indicated the presence of the influence of store atmosphere to buy lawson of 7.8 % interest.

Keyword : *store atmosphere, exterior, generat interior, store layout, interior display, interest to buy*

ABSTRAK

Kondisi persaingan bisnis menuntut setiap perusahaan harus bisa memanfaatkan segala peluang dan tantangan bisnis, terutama dalam bidang ritel. Bisnis ritel modern di Indonesia saat ini semakin ketat, menuntut setiap perusahaan untuk lebih peduli dengan strategi pemasaran yang efektif, yang berorientasi kepada konsumen sehingga dapat mempengaruhi minat beli. *store atmosphere* merupakan salah satu strategi pemasaran yang efektif dalam menarik minat beli konsumen untuk datang dan melakukan pembelian yang berfokus pada suasana toko. Terdapat 4 elemen dalam *store atmosphere* yaitu *exterior*, *general interior*, *store layout*, *interior display* yang harus di perhatikan para peritel agar sukses menarik minat beli konsumen. Dua tahun belakangan ini ritel Lawson mulai meramaikan persaingan bisnis ritel dengan menampilkan *atmosphere* yang cukup menarik konsumen sehingga mempengaruhi minat beli mereka. Penelitian ini dilakukan untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden. Hasil penelitian menunjukan adanya pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli Lawson sebesar 7,8%

Kata Kunci : *store atmosphere*, *exterior*, *general interior*, *store layout*, *interior display*, minat beli

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGUNAKAN PERUSAHAAN	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Pembahasan.....	6
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 7
2.1 Kajian Pustaka.....	7
2.1.1 Ritel.....	7
2.1.1.1 Pengertian dan Karakteristik Ritel	7
2.1.1.2 Jenis Ritel.....	8
2.1.1.3 Fungsi Ritel	11
2.1.1.4 Pengertian <i>Brand Equity</i>	13
2.1.2 Store Atmosphere.....	15
2.1.3 Minat Beli Konsumen	20
2.1.3.1 Pengertian Minat Beli	24

2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen.....	27
2.2 Riset Empiris.....	34
2.3 Kerangka Teoritis.....	35
2.4 Kerangka Pemikiran.....	36
2.5 Pengembangan Hipotesis	36
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 37
3.1 Objek Penelitian.....	37
3.2 Jenis Penelitian.....	37
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	37
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	38
3.4.1 Definisi Operasional Variabel.....	38
3.4.2 Variabel.....	39
3.4.3 Skala Pengukuran.....	40
3.5 Metode Pengambilan Sampel	42
3.6 Metode Analisis Data	43
3.6.1 Pengujian Instrumen.....	43
3.6.1.1 Uji Validitas	43
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	44
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	45
3.6.2.1 Uji Normalitas.....	45
3.6.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	46
3.7 Pengujian Hipotesis.....	46
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 49
4.1 Karakteristik Responden	49
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	51
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah/Tidaknya Mengunjungi Lawson.....	52
4.2 Hasil Penelitian	52

4.2.1 Tanggapan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i>	52
4.2.1.1 Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 1.....	53
4.2.1.2 Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 2.....	54
4.2.1.3 Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 3.....	55
4.2.1.4 Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 4.....	55
4.2.1.5 Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 5.....	56
4.2.1.6 Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 6.....	57
4.2.1.7 Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 7.....	58
4.2.1.8 Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 8.....	59
4.2.1.9 Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 9.....	60
4.2.1.10 Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 10.....	61
4.2.1.11 Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 11.....	62
4.2.1.12 Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 12.....	63
4.2.1.13 Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 13.....	64
4.2.1.14 Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 14.....	65
4.2.1.15 Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 15.....	66
4.2.1.16 Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 16.....	67
4.2.1.17 Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 17.....	68
4.2.1.18 Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 18.....	69
4.2.1.19 Tanggapan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 19.....	70
4.2.1.20 Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 20.....	71
4.2.1.21 Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 21.....	72
4.2.1.22 Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 22.....	73
4.2.2 Tanggapan Responden Tentang Minat Beli	74
4.2.2.1 Pernyataan Responden Tentang Minat Beli 1	74
4.2.2.2 Pernyataan Responden Tentang Minat Beli 2	75
4.2.2.3 Pernyataan Responden Tentang Minat Beli 3	76
4.2.2.4 Pernyataan Responden Tentang Minat Beli 4	77
4.3 Uji Instrumen Penelitian	78
4.3.1 Uji Validitas	79
4.3.2 Uji Reliabilitas	82
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	84

4.4.1 Uji Normalitas.....	84
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	86
4.5 Hasil Pengembangan Hipotesis dan Pembahasan	87
4.5.1 Analisis Regresi Linear Sederhana	87
4.5.2 Pembahasan Hipotesis	88
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Implikasi Kebijakan	92
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian yang Akan Datang	93
 DAFTAR PUSTAKA	 94
LAMPIRAN.....	96
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (CURRICULUM VITAE).....	189

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Teoritis	35
Gambar 2 Kerangka Pemikiran	36

DAFTAR TABEL

Tabel I Penelitian Terdahulu	34
Tabel II Skala Likert	41
Tabel III Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel V Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel VI Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel VII Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel VIII Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah/Tidaknya Mengunjungi Lawson	52
Tabel IX Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 1	53
Tabel X Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 2.....	54
Tabel XI Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 3	55
Tabel XII Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 4.....	56
Tabel XIII Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 5.....	57
Tabel XIV Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 6	58
Tabel XV Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 7.....	59
Tabel XVI Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 8	60
Tabel XVII Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 9	61
Tabel XVIII Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 10.....	62
Tabel XIX Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 11	63
Tabel XX Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 12.....	64
Tabel XXI Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 13	65
Tabel XXII Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 14.....	66
Tabel XXIII Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 15.....	67
Tabel XXIV Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 16	68
Tabel XXV Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 17.....	69
Tabel XXVI Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 18	70
Tabel XXVII Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 19	71
Tabel XXVIII Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 20.....	72
Tabel XXIX Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 21	77
Tabel XXX Pernyataan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> 22.....	78

Tabel XXXI Pernyataan Responden Tentang Minat Beli 1.....	75
Tabel XXXII Pernyataan Responden Tentang Minat Beli 2	76
Tabel XXXIII Pernyataan Responden Tentang Minat Beli 3.....	77
Tabel XXXIV Pernyataan Responden Tentang Minat Beli 4.....	78
Tabel XXXV KMO and Barlett's Test	79
Tabel XXXVI Uji Validitas Awal	80
Tabel XXXVII Uji Validitas Akhir.....	81
Tabel XXXIX Uji Reliabilitas	84
Tabel XL Uji Normalitas	85
Tabel XLI Uji Heteroskedastisitas	86
Tabel XLII Uji Persamaan Regresi	88
Tabel XLIII Uji Anova	89
Tabel XLIV Uji Pengaruh	101

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian
Lampiran B Frekuensi Data Penelitian
Lampiran C Uji Validitas
Lampiran D Uji Reliabilitas
Lampiran E Uji Regresi