

## ABSTRAK

Berbagai jenis bisnis di Indonesia mengalami berbagai tantangan seiring dengan arus globalisasi dan perkembangan zaman yang memicu meningkatnya kebutuhan dan tuntutan dari masyarakat. Hingga saat ini bisnis kuliner di kota Bandung saat ini semakin marak bermunculan. Bisnis kuliner merupakan bisnis yang tidak ada matinya. Bukan saja karena makanan merupakan makanan pokok manusia tetapi dapat dilihat dari perbedaan gaya hidup di kota- kota besar seperti di kota Bandung.

Mempertahankan pelanggan merupakan tugas yang sulit dilakukan oleh pelaku bisnis kuliner. Pelaku bisnis perlu menetapkan strategi pemasaran lebih kreatif bagi bisnisnya sehingga dapat menarik perhatian dan mempengaruhi konsumen untuk tetap mengkonsumsi produk mereka.

Strategi yang dapat digunakan oleh pelaku bisnis kuliner yaitu dengan merencanakan desain *store atmosphere*. Salah satu restoran yang memiliki *store atmosfer* atau suasana yang nyaman dan *cozy* yaitu Gocchi Resto Bandung.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gocchi Resto. Alat analisis yang digunakan regresi linier berganda.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan *exterior, general interior, store layout* dan *interior display* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Secara parsial *interior display* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

**Kata Kunci** : Store Atmosfer, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

Different types of businesses in Indonesia experienced various challenges along with globalization and the times that trigger the increasing needs and demands of society. Until now the culinary business in the city today increasingly proliferation. Culinary business is a business that is not dead . Not only because the food is the staple food of humans but can be seen from the differences in lifestyle in big cities such as in Bandung.

Maintain customers is a difficult task performed by the culinary business. Businesses need to establish more creative marketing strategies for their business so as to attract the attention and influence consumers to continue to consume their products.

Strategy that can be used by the culinary business is to plan a design store atmosphere . One restaurant that has a store atmosphere or ambience is comfortable and cozy resto Gocchi Bandung.

The purpose of this study was to analyze the Store Atmosphere Against Influence Purchasing Decisions on Gocchi Resto. The analytical tool used multiple linear regression.

The results showed that simultaneous exterior, general interior, store layout and interior displays a significant effect on consumer purchasing decisions. Partially interior displays a significant effect on consumer purchasing decisions.

**Keywords** : Store Atmosphere, Purchase Decision

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	8
2.1 Kajian Pustaka .....	8
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	8
2.1.2 Pengertian Ritel .....	9
2.1.3 Bauran Ritel .....	9
2.1.4 <i>Store Atmosfer</i> .....	12
2.1.5 Keputusan Pembelian .....	22
2.2 Rerangka Teoritis .....	27
2.3 Rerangka Pemikiran .....	28

2.4 Model Penelitian.....	29
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	29
2.6 Riset Empiris.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Jenis Penelitian .....	36
3.2 Objek Penelitian.....	37
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	37
3.3.1 Populasi.....	37
3.3.2 Sampel.....	38
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	38
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.5.1 Data Primer .....	41
3.5.2 Data Sekunder.....	42
3.6 Skala Pengukuran.....	42
3.7 Metode Analisis Data.....	43
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.7.1.1 Uji Normalitas.....	43
3.7.1.2 Uji Outliers.....	44
3.7.2 Uji Instrumen Penelitian.....	44
3.7.2.1 Uji Validitas.....	44
3.7.2.2 Uji Reliabilitas.....	46
3.7.3 Uji Hipotesis.....	47

3.7.4 Uji Regresi Linier Berganda.....	47
3.7.5 Koefisien Determinasi.....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
4.1 Profil Responden.....	50
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	51
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	53
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	54
4.2 Tanggapan Responden Variabel X ( <i>Store Atmosfer</i> ).....	56
4.2.1 Tanggapan Responden Variabel X1 ( <i>Eksterior 1</i> ).....	56
4.2.2 Tanggapan Responden Variabel X1 ( <i>Eksterior 2</i> ).....	57
4.2.3 Tanggapan Responden Variabel X1 ( <i>Eksterior 3</i> ).....	58
4.2.4 Tanggapan Responden Variabel X2 ( <i>General Interior 1</i> ) .....	59
4.2.5 Tanggapan Responden Variabel X2 ( <i>General Interior 2</i> ).....	60
4.2.6 Tanggapan Responden Variabel X2 ( <i>General Interior 3</i> ).....	61
4.2.7 Tanggapan Responden Variabel X2 ( <i>General Interior 4</i> ).....	62
4.2.8 Tanggapan Responden Variabel X2 ( <i>General Interior 5</i> ).....	64
4.2.9 Tanggapan Responden Variabel X3 ( <i>Store Layout 1</i> ).....	65

4.2.10	Tanggapan Responden Variabel X3 ( <i>Store Layout 2</i> ).....	66
4.2.11	Tanggapan Responden Variabel X3 ( <i>Store Layout 3</i> ).....	67
4.2.12	Tanggapan Responden Variabel X3 ( <i>Store Layout 4</i> ).....	68
4.2.13	Tanggapan Responden Variabel X3 ( <i>Store Layout 5</i> ).....	70
4.2.14	Tanggapan Responden Variabel X4 ( <i>Interior Display 1</i> ).....	71
4.2.15	Tanggapan Responden Variabel X4 ( <i>Interior Display 2</i> ).....	72
4.2.16	Tanggapan Responden Variabel X4 ( <i>Interior Display 3</i> ).....	73
4.3	Tanggapan Responden Variabel Y ( Keputusan Pembelian).....	74
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 1.....	74
4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 2.....	75
4.3.3	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 3.....	77
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	78
4.4.1	Uji Normalitas.....	78
4.4.2	Uji Outlier.....	79
4.5	Uji Instrumen Penelitian.....	81
4.5.1	Uji Validitas.....	81
4.5.2	Uji Reliabilitas .....	84
4.6	Uji Persamaan Regresi Berganda.....	87
4.6.1	Uji Hipotesis.....	87

4.7 Koefisien Determinasi.....	92
4.8 Analisis.....	93
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>97</b>
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran .....	100
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>103</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

GAMBAR 1 Rerangka Teoritis.....	27
GAMBAR 2 Rerangka Pemikiran.....	28
GAMBAR 3 Model Penelitian.....	29



## DAFTAR TABEL

Tabel I Riset Empiris.....	32
Tabel II Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel III Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel IV Profil Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel V Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	53
Tabel VI Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	54
Tabel VII Tanggapan Responden Variabel X1 ( <i>Eksterior 1</i> ).....	56
Tabel VIII Tanggapan Responden Variabel X1 ( <i>Eksterior 2</i> ).....	57
Tabel IX Tanggapan Responden Variabel X1 ( <i>Eksterior 3</i> ).....	58
Tabel X Tanggapan Responden Variabel X2 ( <i>General Interior 1</i> ).....	59
Tabel XI Tanggapan Responden Variabel X2 ( <i>General Interior 2</i> ).....	60
Tabel XII Tanggapan Responden Variabel X2 ( <i>General Interior 3</i> ).....	61
Tabel XIII Tanggapan Responden Variabel X2 ( <i>General Interior 4</i> ).....	62
Tabel XIV Tanggapan Responden Variabel X2 ( <i>General Interior 5</i> ).....	64
Tabel XV Tanggapan Responden Variabel X3 ( <i>Store Layout 1</i> ).....	65
Tabel XVI Tanggapan Responden Variabel X3 ( <i>Store Layout 2</i> ).....	66
Tabel XVII Tanggapan Responden Variabel X3 ( <i>Store Layout 3</i> ).....	67
Tabel XVIII Tanggapan Responden Variabel X3 ( <i>Store Layout 4</i> ).....	68
Tabel XIX Tanggapan Responden Variabel X3 ( <i>Store Layout 5</i> ).....	70
Tabel XX Tanggapan Responden Variabel X4 ( <i>Interior Display 1</i> ).....	71
Tabel XXI Tanggapan Responden Variabel X4 ( <i>Interior Display 2</i> ).....	72
Tabel XXII Tanggapan Responden Variabel X4 ( <i>Interior Display 3</i> ).....	73
Tabel XXIII Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 1.....	74

Tabel XXIV Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 2.....	75
Tabel XXV Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 3 .....	77
Tabel XXVI Hasil Uji Normalitas.....	78
Tabel XXVII Hasil Uji Outlier.....	80
Tabel XXVIII Hasil Uji Data Bebas Outliers.....	80
Tabel XXIX Hasil Output Uji Validitas Variabel <i>Eksterior</i> .....	81
Tabel XXX Hasil Output Uji Validitas Variabel <i>General Interior</i> .....	82
Tabel XXXI Hasil Output Uji Validitas Variabel <i>Store Layout</i> .....	83
Tabel XXXII Hasil Output Uji Validitas Variabel <i>Interior Display</i> .....	83
Tabel XXXIII Hasil Output Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	84
Tabel XXXIV Uji Reliabilitas Variabel E, L, ID, KP.....	85
Tabel XXXV Hasil Uji Hipotesis (ANOVA).....	87
Tabel XXXVI Hasil Uji Regresi Coefficient.....	88
Tabel XXXVII Hasil Uji Parsial.....	90
Tabel XXXVIII Hasil Uji Model Summary.....	92