

ABSTRACT

The growth of retail business in Indonesia is in a very tight competition, especially the city of Bandung which come into the city of choice for retail parapembisnis. Retail stores can live if it can adapt to the environment around the store. One important factor to be able to compete with other retail competitors are making a different store atmosphere, store atmosphere has the objective of making to attract consumers to shop and purchase in the store. This study was conducted to investigate the effect of store atmosphere on consumer purchase intention on MOR store Suria Sumantri. This study aims to investigate the influence of store atmosphere on consumer purchase intention on MOR store Suria Sumantri. The study involved 150 students or Maranatha Christian University student who had been a customer shops at Jalan Suria Sumantri MOR store. The analysis used in this study were taking the Pearson correlation analysis. From the analysis of the obtained results sig 0.000 $\alpha = 0.005$. Which means that the influence of store atmosphere toward consumers purchase intention on MOR store Suria Sumantri .

Key words: Store Atmosphere, Customer Purchase Intention

ABSTRAK

Pertumbuhan bisnis ritel di Indonesia sedang berada dalam persaingan yang sangat ketat, khususnya kota Bandung yang ikut menjadi kota pilihan bagi parapembisnis ritel. Toko ritel dapat hidup bila dapat beradaptasi dengan lingkungan sekitar toko tersebut. Salah satu faktor penting untuk dapat bersaing dengan kompetitor ritel yang lain adalah membuat suatu *store atmosphere* yang berbeda, pembuatan *store atmosphere* mempunyai tujuan untuk menarik minat beli konsumen untuk berbelanja di toko tersebut. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen pada toko MOR Suria Sumantri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen pada toko MOR Suria Sumantri. Penelitian ini melibatkan 150 mahasiswa atau mahasiswi Universitas Kristen Maranatha yang pernah menjadi konsumen Toko MOR di Jalan Suria Sumantri. Analisis yang dipakai dalam penelitian ini memakai analisa korelasi *Pearson*. Dari hasil analisis tersebut diperoleh hasil sig $0,000 < \alpha$ ($\alpha = 0,005$). Yang mempunyai arti bahwa adanya pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen pada toko MOR Suria Sumantri.

Kata Kunci: *Store Atmosphere, Minat Beli Konsumen*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	3
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3

1.4 Kegunaan Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	5
2.1 Managemen Pemasaran	5
2.2 Bauran Pemasaran	7
2.2.1 Produk	7
2.2.2 Harga	8
2.2.3 Promosi	9
2.2.4 Tempat	10
2.2.4.1 Saluran Langsung	11
2.2.4.2 Saluran Tidak Langsung	11
2.3 Saluran Distribusi	11
2.4 Ritel	12
2.5 Bauran Usaha Eceran (<i>Retailing Mix</i>)	14
2.6 <i>Store Atmosphere</i>	15
2.6.1 Cakupan <i>Store Atmosphere</i>	16
2.6.1.1 <i>Exterior</i>	16
2.6.1.2 <i>General Interior</i>	20
2.6.1.3 <i>Store Layout</i>	25
2.6.1.3.1 <i>Allocation On Floor Space</i>	26
2.6.1.3.2 <i>Product Grouping</i>	27

2.6.1.3.3	<i>Traffic Flow</i>	27
2.6.1.3.4	<i>Spcae / Merchandise Category</i>	28
2.6.1.3.5	<i>Arregement Within Department</i>	28
2.6.1.4	<i>Interior Point Of Purchase Display</i>	29
2.6.2.4.1	<i>Assortment Display</i>	29
2.6.2.4.2	<i>Theme Setting Display</i>	30
2.6.2.4.3	<i>Essemble Display</i>	30
2.6.2.4.4	<i>Rack Display And Case display</i>	30
2.6.2.4.5	<i>Cut Case And Dumpling Bins</i>	30
2.6.2.4.6	<i>Poster, sign and Cards</i>	31
2.6.2.4.7	<i>Mobile</i>	31
2.6.2.4.8	<i>Wall Decorations</i>	31
2.7	Minat Beli	32
2.8	Kerangka Teoritis	34
2.9	Hipotesis	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		36
3.1	Metodologi Penelitian	36
3.2	Jenis Penelitian	36
3.3	Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel	37

3.4	Definisi Operasional Variabel	38
3.4.1	Variabel Penelitian	38
3.4.2	Operasi Variabel	39
3.5	Teknik Pengumpulan Data	42
3.6	Metode Analisis Data	44
3.6.1	Uji Validitas	44
3.6.2	Uji Realibilitas	45
3.6.3	Uji Normalitas	46
3.6.4	Uji Regresi	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Gambaran Umum Responden	50
4.2	Uji Validitas	53
4.2.1.	Uji Validitas <i>Store Atmosphere</i>	54
4.2.2.	Uji Validitas Minat Beli	55
4.3	Uji Realibilitas	55
4.3.1	Uji Realibilitas <i>Store Atmosphere</i>	56
4.3.2	Uji Realibilitas Minat Beli	56
4.4	Uji Normalitas	57

4.5 Uji Pengaruh	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Kerangka Teoritis	34
----------	-------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel I	Operasional Variabel	42
Tabel II	Jenis Kelamin Responden	53
Tabel III	Usia Responden	53
Tabel IV	Pengeluaran Responden Per Bulan	54
Tabel V	Frekuensi Responden Mengunjungi Toko MOR	55
Tabel VI	Uji Validitas <i>Store Atmosphere</i>	56
Tabel VII	Uji Validitas Minat Beli	57
Tabel VIII	Uji Reliabilitas <i>Store Atmosphere</i>	58
Tabel IX	Uji Reliabilitas Minat Beli	58
Tabel X	Uji Normalitas	59
Tabel XI	Uji Pengaruh	60
Tabel XII	Uji <i>R Square</i>	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Lembar Kuesioner
Lampiran B	Hasil Kuesioner
Lampiran C	Hasil SPSS