

ABSTRAK

Semua perusahaan Selalu berusaha untuk memenangkan persaingan. Dalam rangka memenangkan persaingan tentu perusahaan bukan hanya dapat mempertahankan konsumen yang ada melainkan dapat menarik konsumen dari kompetitor sejenis. Untuk menjawab tantangan tersebut maka perusahaan harus membuat suatu perbedaan yang unik demi menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Hal yang biasa perusahaan lakukan adalah dengan memberikan diskon, potongan harga, kupon, atau promosi lainnya. Namun hal tersebut sudah ditinggalkan oleh manajer *modern*. Menciptakan *Store atmosphere* unik, nyaman, dan menciptakan *trade mark* merupakan jawaban dan solusi untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan pada abad 21. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian. Dengan menggunakan sampel Malhotra. Sebanyak 150 sampel. Alat analisis menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat *pengaruh store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada KFC Surya Sumantri Bandung dan besar pengaruhnya 21.5% yang berarti memiliki pengaruh yang cukup dan berarti sedangkan sisanya 78.5% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, Keputusan pembelian

ABSTACT

All companies are always trying to win the competition. In order to win the competition is certainly not the only company to retain existing customers but to attract consumers from similar competitors. To answer the challenge, the company must make a unique difference in order to maintain the viability of the enterprise which the company's common to do is to give discounts, rebates, coupons, or other promotions. but it has been abandoned by the modern manager. *Store atmophere* create unique, comfortable, and creating a trade mark is the answer and solution to maintain the company's survival in the 21stcentury. The purpose of this study was to determine there any influence on purchasing decisions *Store Atmosphere*. By using a sample of Malhotra. A total of 150 samples. Analysis tools using simple linear regression. The results showed that there is a store atmosphere influence on purchasing decisions on KFC Solar SUMANTRI duo and great influence 21.5% which means having enough influence and means while the remaining 78.5% is influenced by other factors.

Keywords: *Store Atmosphere, purchase decision*

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang masalah.....	1
1.2 identifikasi masalah.....	4

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN
PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Kajian pustaka.....	6
2.1.1 Pemasaran.....	6
2.1.2 Bauran pemasaran.....	8
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	10
2.1.4 Proses keputusan pembelian konsumen.....	14
2.1.5 <i>Store Atmosphere</i>	21
2.2 Kerangka pemikiran.....	35
2.3 kerangka teoritis.....	36
2.4 Definisi Operasional variabel.....	37

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.1 Jenis penelitian.....	42
3.1.2 Jenis data.....	42
3.1.3 Populasi.....	43
3.1.4 Sampel.....	43
3.1.5 Teknik pengolahan data.....	44
3.1.5.1 Uji Validitas.....	44

3.1.5.2 Uji Reabilitas.....	45
3.1.5.3 Uji Normalitas.....	45
3.1.5.4 Analisis Regresi.....	46
3.1.5.5 Koefisien <i>Pearson</i>	47
3.1.5.6 Uji Deteerminasi.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	79
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>).....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	<i>Marketing Mix</i>	9
Gambar 2	Proses keputusan pembelian.....	14
Gambar 3	Elemen-elemen <i>store atmosphere</i>	34
Gambar 4	Kerangka Pemikiran	35
Gambar 5	Kerangka Teoritis.....	36
Gambar 6	Model pemikiran.....	41

DAFTAR TABEL

Tabel I	Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel II	Tabel jenis kelamin.....	51
Tabel III	Tabel usia.....	52
Tabel IV	Tabel pekerjaan.....	52
Tabel V	Tabel frekuensi.....	53
Tabel VI	Tabel validitas <i>store atmosphere</i>	54
Tabel VII	Tabel validitas keputusan pembelian.....	56
Tabel VIII	Tabel reabilitas <i>store atmosphere</i>	57
Tabel IX	Tabel reabilitas keputusan pembelian.....	58
Tabel X	Tabel normalitas.....	59
Tabel XI	Tabel pengaruh.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner.....	65
Lampiran B	Hasil Olah Data SPSS.....	70
Lampiran C	Data Variabel Penelitian.....	76