



**PENGARUH STORE LAYOUT, INTERIOR DISPLAY, HARGA,
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
MEMBELI KONSUMEN PADA MINIMARKET OZZIE MART
JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

**Oleh:
EKO SETIAWAN
NIM. 12.10.411.035**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
APRIL, 2016**

PENGESAHAN

Skripsi berjudul ; Pengaruh *Store Layout, Interior Display, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Membeli Konsumen Pada Minimarket Ozzie Mart Jember*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : RABU

Tanggal : 27 APRIL 2016

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Drs M. NAELEY AZHAD, Msi
NIP.196612311993031006

Anggota 1,

Anggota 2,

Drs Akhmad Suharto, M.P
NPK. 89 06 242

Maheni Ika Sari, SE, M.M
NIP. 19770 811 2005 012001

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Jurusan,

Drs Akhmad Suharto, M.P
NPK. 89 06 242

Maheni Ika Sari, SE, M.M
NIP.19770 811 2005 01 2001

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh *Store Layout, Interior Display, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Membeli Konsumen Pada Minimarket Ozzie Mart Jember".*

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Drs. Akhmad Suharto, M.P, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember dan sekaligus sebagai dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
2. Maheni Ika Sari, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember dan sekaligus sebagai dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
3. Drs. M. Naely Azhad, Msi, selaku dosen pengaji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
4. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.

5. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiaannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya.
6. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
7. Seseorang yang istimewa Illa Aulya
8. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2012 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, 27 April 2016

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMANSAMPUL

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTARISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran	6
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	6
2.1.3 Pengertian Pengecer (<i>Retailing</i>).....	7
2.1.4 Bauran Pemasaran	8
2.1.5 Store Atmosphere.....	8
2.1.6 Elemen Store Atmosphere.....	9
2.1.7 Kualitas Pelayanan	10
2.1.8 Store Layout	12
2.1.9 Interior Display	13

2.1.10	Harga.....	13
2.1.11	Keputusan Pembelian Konsumen	14
2.2	Penelitian Terdahulu.....	16
2.3	Kerangka Konseptual.....	18
2.4	Hipotesis Penelitian	19
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	21	
3.1	Identifikasi Variabel	21
3.2	Definisi Operasional Variabel	22
3.3	Desain Penelitian	23
3.4	Jenis Data.....	24
3.4.1	Data Primer	24
3.4.2	Data Sekunder	24
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.5.1	Populasi	24
3.5.2	Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.6	Skala Pengukuran	25
3.7	Teknik Pengumpulan Data	26
3.8	Teknik Analisis Data	26
3.8.1	Uji Instrumen Data.....	27
3.8.1.1	Uji Validitas	27
3.8.1.2	Uji Reliabilitas	27
3.8.2	Analisis Regresi Linier Berganda	28
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	28
3.8.3.1	Uji Normalitas.....	28
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	29
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	29
3.8.4	Uji Hipotesis	30

3.8.4.1 Uji t	30
3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	30
BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN.....	32
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	32
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	32
4.1.2 Ruang Lingkup BidangUsaha.....	32
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	32
4.2 Data Dstatistik Deskriptif.....	35
4.2.1 Gambaran UmumResponden.....	35
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian	38
4.2.2.1 Store Layout	38
4.2.2.2 Interior Display.....	39
4.2.2.3 Harga	40
4.2.2.4 Kualitas Pelayanan	41
4.2.2.5 Keputusan Membeli.....	42
4.3 Analisis Data.....	43
4.3.1 Pengujian Instrumen Data.....	43
4.3.1.1 Pengujian Validitas Data.....	43
4.3.1.2 Pengujian Reliabilitas Data.....	45
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda	45
4.3.3 Pengujian Asumsi Klasik.....	47
4.3.3.1 Pengujian Normalitas.....	47
4.3.3.2 Pengujian Multikolinearitas	48
4.3.3.3 Pengujian Heterokedastisitas	49
4.3.4 Pengujian Hipotesis	50
4.3.4.1 Uji t.....	50

4.3.4.2 Koefisien Determinasi	52
4.4 Pembahasan	53
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57

DAFTAR LAMPIRAN

- | | |
|---------------|---|
| LAMPIRAN I | :Pengantar Kuesioner |
| LAMPIRAN II | : Petunjuk Pengisian Kuesioner |
| LAMPIRAN III | : Kuesioner Penelitian |
| LAMPIRAN IV | : Rekapitulasi Kuesioner |
| LAMPIRAN V | : Frekuensi Pernyataan Responden |
| LAMPIRAN VI | : Uji Validitas |
| LAMPIRAN VII | : Uji Reliabilitas |
| LAMPIRAN VIII | : Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis |
| LAMPIRAN IX | : Tabel r Product Moment, dan TabelDistribusi t |

Daftar Pustaka

- Andreani, Fransisca, Kristanti, Monika dan Yopala, Adiguna, 2013. *Pengaruh Store Layout, Interior Display Dan Human Variabel Terhadap Customer Shopping Orientation Di Restoran Dewaru Surabaya*.Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan,Vol. 15,No. 1.
- Berman, Barry And Joel R. Evans.2007.*Retail Management : A Strategic Approach*. 10th Edition. Prentice Hall Inc, New Jersey.
- Dessyana, J. Cindy, 2013.*Store Atmosphere Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Texas Chicken Multimart II Manado*.Jurnal EMBA, Vol. 1.No. 3.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivarite Dengan Program SPSS*.Cetakan IV. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ismayanti, P. Ika. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas layanan , Harga dan Tempat Terhadap keputusan Pembelian*. Semarang.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2004. *Prinsiples of marketing 10th edition*. New Jersey: Index.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2009. *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks,Jakarta.
- Kusairi, 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Susuki*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah, Jember.
- Saladin, Djaslim.2007. *Intisari Pemasaran Dan Unsur-Unsur Pemasaran*. CV Linda Karya ,Husein Umar. Bandung.
- Schiffman, Leon & Kanuk,Leslie Lazar. 2008. *Consumer Behavior 7th Edition (Perilaku Konsumen)*. PT.Indeks, Jakarta.
- Sugiyono. 2005. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Alfabetta, Bandung.
- Sugiyono. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis*.Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabetta, Bandung.

Sutisna. 2001.*Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

Swastha, Basu dan Irawan.2003. *Manajemen pemasaran moderen edisi ke-2 cetakan ke-11*. Liberty Offset, Yogyakarta.

Tjiptono,Fandy. 2007.*Strategi Pemasaran Bisnis*. Penerbit Andi, Yogyakarta.

Wahyono, Dimas.2013. *Pengaruh Desain Atmosphere Toko Dengan Keputusan Pembelian Pada Indomaret Cabang Sumbersari Jember*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah, Jember.