



**PENGARUH ELEMEN- ELEMEN STORE ATMOSFERE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO MURAH JENGGAWAH**

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

SITI AISYAH

NIM. 1410411329

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2018

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siti Aisyah

Nim : 1410411329

Prodi : Manajemen Ekonomi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah skripsi yang berjudul. **PENGARUH ELEMEN-ELEMEN STORE ATMOSFER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO MIRAH JENGGAWAH** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sebenarnya. Belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan dan kebenaran isinya, sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hokum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 5 juli 2018

Yang menyatakan,

Siti Aisyah

1410411329

PERSETUJUAN SKRIPSI



**PENGARUH ELEMEN- ELEMEN STORE ATMOSFERE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO MURAH JENGGAWAH**

Disusun oleh :

SITI AISYAH

NIM. 1410411329

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Bayu Wijayantini, SE,MM

Dosen pembimbing pendamping : Haris Hermawan, SE,MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Pengaruh Elemen-Elemen *Store Atmosfer* Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Murah Jenggawah, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Hari :
Tanggal :
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Ketua Penguji,

Drs. Anwar , M.Sc
NPK. 85 03 125

Amggota 1,

Anggota 2,

Bayu Wijayanti, SE, MM
NPK. 10 09 661

Haris Hermawan SE, MM
NPK. 15 03 643

Mengesahkan:

Dekan,
Program Studi

Ketua

Dr. Arik Susbiyani, M. Si.
NPK. 01 09 289

Drs. Anwar, M.Sc
NPK. 85 03 125

MOTTO

“Menyianyiakan waktu lebih buruk dari kematian karena kematian memisahkanmu dari dunia, sementara menyianyiakan waktu memisahkan dari allah.”

(Imam Bin AL-Qayim)

“Allah tidak membenani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya “

(QS.AL-Baqarah :286)

“Ku olah kata, kubaca makna, kuikat dalam alenia, kubingkai dalam bab sejumlah lima, jadilah mahakarya, gelar sarjana kutirima, orang tua, calon suami dan calon mertua bahagia.”

(Peneliti)

“Orang-Orang yang berhenti belajar akan menjadi pemilik masa lalu. Dan orang-orang yang masih terus belajar, akan menjadi pemilik masa depan “

(Mario Teguh)

PERSEMBAHAN

Sebagai wujud rasa syukur yang tidak terhingga atas selesainya skripsi ini, maka skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT atas rahmat dan hidayahnya yang telah diberikan kepada saya.
2. Kedua orang tua tercinta bapak (Supa'i) dan ibu (Purwati Irama Wati) serta uti tercinta (Aminah) yang telah mendukung dan memberikasih sayang serta doa dan pengorbanan selama ini.
3. Untuk dosen Bayu Wijyantini, SE,MM dan Haris Hermawan,SE,MM Terima Kasih telah membimbing saya sampai skripsi ini selesai.
4. Tunangan tercinta Muhammad Ridwan yang memberi semangat dan motivasi.
5. Teman-teman yang saya cintai Siti Marwah, Mayvidar Rahma, Yunita Annur, Liana novitasari, Novita Kumalasari serta teman-teman Fakultas Ekonomi yang tidak bias saya sebutkan satu persatu yang telah mendukung dan berbagi informasi mengenai skripsi.
6. Almamater yang saya banggakan Universitas Muhammadiyah Jember.

ABSTRAK

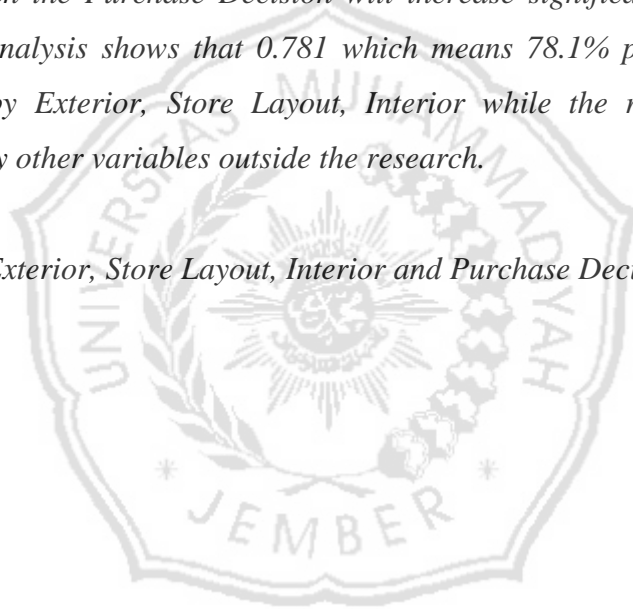
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Elemen-Elemen *Store Atmosfere* Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Murah Jenggawah, jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Toko Murah. Sampel yang digunakan sebanyak 60 responden, alat analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa *Exterior, Store Layout, Interior* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Murah jenggawah. Hal ini menunjukkan bahwa *Exterior* yang diciptakan Toko Murah menarik konsumen, *Store Layout* yang tertata rapi dan menarik, *Interior* yang menarik. Maka Keputusan Pembelian akan mengalami peningkatan yang signifikan. Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa 0,781 yang berarti 78,1% keputusan pembelian dipengaruhi oleh *Exterior, Store Layout, Interior* sedangkan sisanya 21,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Kata Kunci : *Exterior, Store Layout, Interior* dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Exterior, Store Layout, Interior to purchase decision in the toko murah. Quantitative descriptive research type. Population in this research is all consumer toko murah. The sampel used is 60 respondents. Analyzer uses multiple liniear regression. The results of research proved Exterior, Store Layout, Interior have a positive and significant influence on purchasing decision in the toko murah. This shows that the exterior created by the Store attracts the consumer, the Layout Store is neat and attractive, interesting interior. Then the Purchase Decision will increase significantly. Determination coefficient analysis shows that 0.781 which means 78.1% purchase decision is influenced by Exterior, Store Layout, Interior while the remaining 21.9% is influenced by other variables outside the research.

Keywords: Exterior, Store Layout, Interior and Purchase Decision.



KATA PENGANTAR

Assalamualaikumun Warohmatullahi Wabarokatuh

Puji dan syukur Alhamdulillah kami ucapkan kepada tuhan yang Maha Esa, karena atas karunia dan rahmatnya karya tulis ini dapat terselesaikan untuk melengkapi tugas dan memnuhi syarat kelulusan program Sarjana Jurusan Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember dengan judul **“PENGARU H ELEMEN- ELEMEN STORE ATMOSFERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO MURAH JENGGAWAH “**

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan karya tulis ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan banyak-banyak terima kasih :

1. Dr,Arik Susbiyani, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah jember yang telah memberi ijin penelitian kepada penulis.
2. Dr, Anwar, M,Sc. Selaku Ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Sekaligus dosen penguji yang telah memberi masukan dan saran yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
3. Bayu Wijayantini, SE,MM. selaku dosen pembimbing I dan Haris Hermawan, SE,MM. selaku dosen peming II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan staff pengajaran Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember, yang telah memberikan segnap ilmunya kepada penulis sampai akhirnya dapat menyelesaikan studi.

Sesuai dengan pribahasa yang berbunyi “ Tak Ada Gading Yang Tak Retak”, peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan, karena kesempurnaan hanya milik hanya allah Swt. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penilti, semua pembaca.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2. Pengertian Pemasaran.....	7
2.1.3. Bauran Pemasaran	8
2.1.4. <i>Store Atmosfer</i>	9
2.1.5. Elemen <i>Store Atmosfer</i>	9
2.1.6. Keputusan Pembelian	16
2.2. Penelitian Terdahulu.....	19
2.3. Kerangka Konseptual.....	20
2.4. Hipotesis penelitian	22
2.4.1. Pengaruh tampilan Exterior terhadap keputusan pembelian ..	22

2.4.2. Pengaruh tata letak terhadap keputusan pembelian	22
2.4.3. Pengaruh Interior display terhadap keputusan pembelian	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1. Identifikasi Variabel	24
3.1.1. Variabel Bebas	24
3.1.2. Variabel Terikat	24
3.2. Definisi Operasional Variabel	24
3.3. Desain Penelitian	26
3.3.1. Populasi	27
3.3.2. Sampel	27
3.4. Teknik Pengambilan Sampel	28
3.5. Jenis dan Sumber data	28
3.5.1. Data Primer	28
3.5.2. Data Sekunder	28
3.6. Teknik Pengumpulan Data	28
3.6. Teknik Pengukuran	29
3.7. Analisa Data	29
3.7.1. Statistik Deskriptif	29
3.7.2. Uji Instrumen Data	30
3.7.2.1. Uji Validitas	30
3.7.1.2. Uji Reliabilitas	30
3.7.3. Uji Asumsi Klasik	30
3.7.3.1. Uji Normalitas	30
3.7.3.2. Uji Multikolinearitas	31
3.7.3.3. Uji Heteroskedastisitas	31
3.7.4. Analisis regresi Linier Berganda	31
3.7.5. Uji Hipotesis	32
3.7.6. Uji R ² (Koefisien Determinasi)	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.1.1. Profil Perusahaan	34

4.1.2. Struktur Organisasi	35
4.2. Aspek Personalia	37
4.2.1. Jam kerja	37
4.2.2. Sistem Kompensasi	37
4.3. Aspek Pemasaran	37
4.4. Karakteristik Responden	38
4.5. Hasil Analisis Data	39
4.5.1. Deskriptif Responden	39
4.5.2. Uji Instrumen Data	45
4.5.2.1. Uji Validitas Data	45
4.5.2.2. Uji Reliabilitas Data	46
4.5.3. Uji Asumsi Klasik	47
4.5.3.1. Uji Multikolinieritas	48
4.5.3.2. Uji Heteroskedastisitas	48
4.5.3.3. Uji Normalitas	49
4.5.4. Uji Regresi Linier Berganda	50
4.5.5. Uji Hipotesis	52
4.5.6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
4.6. Pembahasan	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1. Kesimpulan	56
5.2. Saran	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pesaing Toko Murah	4
Tabel 1.2 Data Laporan Kunjungan Pasien Rawat Inap	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 4.1 Jumlah Karyawan Toko Murah	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia	39
Tabel 4.4 Frekuensi Pernyataan Responden terhadap <i>Exterior</i>	40
Tabel 4.5 Frekuensi Pernyataan Responden terhadap <i>Srore Layout</i>	41
Tabel 4.6 Frekuensi Pernyataan Responden terhadap <i>Interior</i>	43
Tabel 4.7 Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Keputusan Pembelian..	44
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas.....	46
Tabel 4.9 Pengujian Reliabilitas	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	51
Tabel 4.12 Hasil Uji T.....	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Toko Murah	3
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	20
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Toko Murah.....	35
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas	49
Gambar 4.3 Uji Normalitas	50



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Pengantar Kuisisioner
- Lampiran 2 : Tabulasi Data Kuisisioner
- Lampiran 3 : Frekuensi Pernyataan Responden
- Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis
- Lampiran 7 : Dokumentasi
- Lampiran 8 : Surat Keterangan penelitian



DAFTAR PUSTAKA

- Berman, Barry and Joel R. Evans. 1992. *Retail Management*. Fifth Edition. USA: Macmilan Publishing Compaany.
- Bintang, 2017. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Do Café Jember*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Boyd, Walker dan Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran “Suatu Pendekatan Strategi Oriental”*. Edisikedua. Jakarta: Erlangga.
- Dessyana. 2013. *Store Atmosphere Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Texas Chicken Multimart Ii Manado*. Jurnal EMBA Vol.1 No.3.
- Dharmemsta dan Handoko. 2011. *Managemen Pemasaran, Analisi Prilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFE
- Foster. 2008. *Manajemen Ritel*. Bandung :Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multifariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Skripsi.Universitas Diponegoro Semarang.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Indeks
- Kotler K & Keller, K.L. (2012). *Marketing management (14th ed.)*. Global Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. (edisi 12 jilid 1)*. Jakarta :Erlangga.
- Kuncoro, Mudjarat. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga
- Kurniawan, D. &Kunto, Y. S. (2013).*Pengaruh promosi dan store atmosphere terhadap impulse buying dengan shopping emotion sebagai variabel intervening studi kasus di Matahari Department Store cabang Supermall Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, 1(2), 1-8*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Levvy, Michaeil and Weitz, Barton. 2001. *Retailing Management*. International Edition. New York: McGraw-Hill.
- Priyatno, Duwi. 2016. *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS*.CetakanKe 1. Yogyakarta: Gava Media.
- Putri. 2014. *Pengaruhstore atmosphere terhadap keputusan Pembelian dan kepuasan pelanggan (studi pada monopoli cafe and resto soekarno hatta malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 15 No. 2
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Consumer Behavior 7 th Edition (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Turley dan Milliman. 2010. *Atmospheric Effects on Shopping Behavior. A Review of The Experimental Evidence*. *Journal of Business Research* Turley 193-211 vol 67.

Widyanto. 2014. **Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian** (Survei Pada Konsumen Distro Planet Surf Mall Olympic Garden Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 14 No. 1

