

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya lah sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Karnivor *Restaurant*)”**. Serta tidak lupa shalawat dan salam kepada Rasulullah SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi kita semua. Tujuan dari penulisan Skripsi ini tidak lain adalah sebagai salah satu persyaratan kelulusan pada program S1 Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Telkom.

Dalam usaha untuk menyusun Skripsi ini, penulis telah mendapat banyak bantuan dan bimbingan yang tak ternilai dari berbagai pihak, baik berupa dukungan, kritik, dan saran. Oleh karena itu pada kesempatan ini, tak lupa penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Yth. Ibu Nurvita Trianasari, S.Si., M.Stat. Selaku dosen pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan Skripsi ini.
2. Yth. Ibu Indira Rachmawati, ST, MSM. dan Ibu Dini Turipanam Alamanda, STp., MSM. selaku penguji seminar proposal I dan II atas saran dan kesempatan yang diberikan sehingga penulis dapat melanjutkan tahap selanjutnya dari penelitian.
3. Bapak Jurry Hatammimi, SE, MM dan Bapak Osa Omar Sharif, S.Si, MSM selaku penguji sidang skripsi, terimakasih atas koreksi, arahan dan nasehat untuk kebaikan penelitian ini.
4. Seluruh dosen di Fakultas Ekonomi & Bisnis dan seluruh staf yang telah memberikan arahan, pengetahuan dan ilmu kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ayahanda Deddy Rusnaedy dan Ibunda Encum Sumiaty, serta kakak Dessy Rubianty yang tiada hentihentinya memberikan dukungan dan dorongan moril maupun materil kepada penulis.
6. Mas Panji dan segenap karyawan Karnivor *Restaurant* untuk dapat memperoleh data pendukung dalam penulisan Skripsi ini.
7. Sahabat-sahabat penulis dari kelas F 2008, Ahmad Fajrin, Sofiana, Nia, Tias, Amalia, Yossie, Nurhasanah, Rieska, Putra, Lutfi, Bayu, Mahe, Brigita, Rosmelia dan semua teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat dan motivasinya.
8. Sahabat-sahabat Gamus Pratiwi, Senja, Nisya, Kang Ika, terimakasih atas doa dan dukungan yang diberikan.
9. Seluruh Pihak yang tanpa mengurangi rasa hormat tidak dapat penulis sebutkan satu persatu atas bantuan dan dukungan selama penulisan skripsi.

Penulis menyadari bahwa baik isi maupun bentuk penyajian Skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis dengan hati terbuka akan menerima segala bentuk saran dan kritik yang membangun dari pembaca guna kesempurnaan dari Skripsi ini. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi

seluruh pembaca dan dapat dijadikan masukan bagi semua pihak yan berkepentingan. Akhir kata, penulis berharap semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkan.

Bandung, Februari 2014

Penulis,

Hilda Trisnawaty

NPM. 1201080043

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	1
1.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Perumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Kegunaan Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	8
2.1 Pengertian Ritel.....	8
2.2 Jenis-jenis Ritel.....	8
2.3 Tipe Kepemilikan Eceran.....	10
2.4 Retailing Mix.....	10
2.5 Pengertian Store Atmosphere.....	12
2.6 Elemen-elemen Store Atmosphere.....	12
2.7 Perilaku Konsumen.....	15
2.8 Keputusan Pembelian.....	16
2.9 Penelitian Terdahulu.....	18
2.10 Kerangka Pemikiran.....	24
2.11 Hipotesis Penelitian.....	25
2.12 Ruang Lingkup Penelitian.....	25
BAB III	26
METODE PENELITIAN	26

3.1	Jenis Penelitian	26
3.2	Variabel Operasional	26
3.2.1	Skala Pengukuran	27
3.3	Tahapan Penelitian	28
3.4	Populasi dan Sampel.....	29
3.4.1	Populasi.....	29
3.4.2	Sampel	29
3.4.3	Teknik Sampling	30
3.5	Pengumpulan Data	30
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	30
3.6.1	Uji Validitas	31
3.6.2	Uji Reliabilitas	32
3.7	Teknik Analisis Data	33
3.7.1	Method of Successive Interval(MSI).....	33
3.7.2	Analisis Jalur	34
BAB IV	37
	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1	Karakteristik Responden.....	37
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	39
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan Per Bulan.....	40
4.2	Pembahasan.....	40
4.2.1	Gambaran Store Atmosphere Karnivor Restaurant	40
4.2.2	Skor Rata-rata Store Atmosphere Karnivor Restaurant.....	46
4.2.3	Gambaran Keputusan Pembelian Karnivor Restaurant	47
4.2.4	Pengaruh Exterior(X_1),Interior (X_2),Store Layout(X_3),Display Layout(X_4) Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
4.2.5	Pengaruh Exterior(X_1),Interior (X_2),Store Layout(X_3),Display Layout(X_4) Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian.....	51
4.2.6	Analisis Korelasi	53
4.2.7	Besar Pengaruh Exterior (X_1), Interior (X_2), Store Layout (X_3), Interior Display (X_4) Terhadap Keputusan Pembelian Karnivor Restaurant	55
BAB V	58
	KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1	Kesimpulan	58
5.2	Saran	58

5.2.1 Saran Bagi Karnivor Restaurant.....	59
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Layanan.....	4
Tabel 1.2 Data Berdasarkan Hasil Survey.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	26
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	31
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 3.4 Kategori Interpretasi Skor.....	50
Tabel 4.1 Penilaian Responden Mengenai Exterior.....	40
Tabel 4.2 Penilaian Responden Mengenai Interior.....	41
Tabel 4.3 Penilaian Responden Mengenai Store Layout.....	43
Tabel 4.4 Penilaian Responden Mengenai Interior Display.....	44
Tabel 4.5 Penilaian Responden Mengenai Store Atmosphere.....	46
Tabel 4.6 Penilaian Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	48
Tabel 4.7 Tabel Uji R.....	50
Tabel 4.8 Hasil Uji F.....	50
Tabel 4.9 Hasil Uji T.....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Korelasi.....	53
Tabel 4.11 Pengaruh X_1, X_2, X_3, X_4 Terhadap Y.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Karnivor <i>Restaurant</i>	1
Gambar 1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	2
Gambar 1.3 Riview pengunjung Karnivor <i>Restaurant</i>	3
Gambar 1.4 Interior Karnivor <i>Restaurant</i>	4
Gambar 2.1 <i>Retailing Mix</i>	11
Gambar 2.2 The Element of Atmosphere.....	12
Gambar 2.3 Model Perilaku Konsumen	16
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian.....	28
Gambar 3.2 Analisis Jalur	34
Gambar 4.1 Skor Exterior Dalam Garis Kontinum	41
Gambar 4.2 Skor Interior Dalam Garis Kontinum.....	43
Gambar 4.3 Skor Store Layout Dalam Garis Kontinum	44
Gambar 4.4 Skor Interior Display Dalam Garis Kontinum.....	45
Gambar 4.5 Skor Rata-rata Store Atmosphere Dalam Garis Kontinum	47
Gambar 4.6 Skor Keputusan Pembelian Dalam Garis Kontinum.....	49
Gambar 4.7 Diagram Analisis Jalur	49
Gambar 4.8 Distribusi t , Penolakan atau Penerimaan H_0	53
Gambar 4.9 Diagram Jalur Dalam Nilai t Dan Nilai Beta.....	55

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	37
Grafik 4.2 Usia Responden	38
Grafik 4.3 Pekerjaan Responden	38
Grafik 4.4 Penghasilan Per Bulan Responden.....	39
Grafik 4.5 Jumlah Kunjungan Per Bulan	39

DAFTAR LAMPIRAN

A. Hasil Wawancara.....	64
B. Kuesioner.....	66
C. Tabulasi Data Kuesioner.....	71
D. Method Of Successive Interval (MSI).....	83