

ABSTRAK

Ketatnya persaingan dalam usaha *retail* khususnya *retail* toko buku saat ini menyebabkan pemilik *retail* toko harus dapat menciptakan keunggulan-keunggulan bersaing dibandingkan *retail* toko buku lainnya. Salah satu keunggulan yang dapat meningkatkan minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian adalah dengan menciptakan dan meningkatkan pelaksanaan *store atmosphere*.

Store Atmosphere adalah kegiatan perancangan karakteristik fisik dengan tujuan untuk menciptakan kesan positif untuk menarik konsumen dan mempengaruhi emosi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian di tokonya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai pelaksanaan *Store Atmosphere* dan keputusan pembelian konsumen di Togamas Cabang Buahbatu Bandung. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian berupa studi deskriptif dan studi verifikatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probabilty sampling* jenis *convenience sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Kemudian, untuk analisis data digunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Togamas Cabang Buahbatu, hal ini dibuktikan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($14,881 > 3,019$) dengan tingkat signifikasinya $0,000 < 0,005$. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial didapat variabel *general interior*, *store layout* dan *interior display* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Togamas Cabang Buahbatu. Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa *store atmosphere* mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 35,9% dan sisanya sebesar 64,1% diantaranya oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam peneliti ini seperti harga, kualitas dan promosi.

Kesimpulan penelitian ini, pelaksanaan *store atmosphere* di Togamas Cabang Buahbatu sudah masuk kedalam kategori baik, namun ada beberapa aspek yang akan lebih baik jika dilakukan perbaikan seperti, papan nama toko, fasilitas parkir, musik, suhu udara, pengaturan jarak dan strategi penciptaan *display* di hari-hari khusus.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian Konsumen

ABSTRACT

The tight competition in the retail businesses, especially retail bookstores is currently causing the owners of retail stores should be able to create excellence-competitive advantage compared to retail bookstores. One of the advantages that can increase consumer interest to make purchasing decisions is to create and improve the implementation of store atmosphere.

Store Atmosphere is an activity the design of store physical characteristics in order to create a positive impression to attract consumers and consumer emotions to affect purchasing decisions in his shop.

This research is aims to know the response of costumer regarding the implementation of store atmosphere and costumer decision in purchasing product in Togamas Buahbatu. The methods used in is quantitative methods with this type of research is descriptive study and verificative study. Sample taken by non-probabilty sampling with the type of convenience sampling with 100 respondents. Then, for The data analysis used in this research is descriptive analysis and multiple liner regression analysis.

Based on the results of hypothesis testing to simultaneously Store Atmosphere positive and significant effect on consumer purchasing decisions in the Togamas branch of the Buahbatu, this is proven by $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($14,881 > 3,019$) with the level of 0.000 signifikasinya > 0.005 . Based on the results of the test of the hypothesis partially obtained variable general interior, store layout and interior display have a positive and significant impact on consumer purchasing decisions in Togamas branch of the Buahbatu. Based on the coefficient of determination is obtained that store atmosphere is able to explain the purchasing decision by 35,9% and the rest of 64,1% of them by the other factors are not examined in this research such as price, quality and promotion.

Conclusion of this research, the implementation of store atmosphere in the Togamas Branch Buahbatu is already in good categories, but there are some aspects that will be better if do the improvement such as store display name, parking facilities, music, temperature, distance and strategy creation settings display on special days.

Key Words : Store Atmosphere, Consumer Purchasing Decision

