

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul ***“Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Togamas Cabang Buahbatu Bandung Tahun 2013”***, tidak lupa pula penulis sampaikan beriringan salam atas junjungan dari suri tauladan Nabi Muhammad SAW semoga kita mendapat safa’atnya. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menemukan banyak kendala serta memperoleh bimbingan dan bantuan baik secara moril dan materil dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini dengan hati yang tulus peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Keluarga peneliti yaitu kedua orang tua peneliti, Bapak Ruchiat dan Ibu Sumarni, serta kelima kakak peneliti yang selalu memberikan doa, dukungan, dan nasihatnya sehingga peneliti dapat selalu termotivasi untuk melakukan penelitian ini sebaik mungkin.
2. Ibu Ida Nurida Relawan Dra., MM sebagai Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom yang telah membantu peneliti dalam memberikan semangat, arahan serta motivasi.
3. Bapak Binu Wijuanarko S.MB., MM sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, pengarahan serta sarannya sehingga penelitian ini dapat dilakukan sebaik-baiknya.
4. Bapak Risman dan Ibu Faustina Kartika Utami selaku *Store Manager* Togamas Cabang Supratman dan Cabang Buahbatu yang telah banyak membantu dalam memberikan informasi mengenai data-data kebutuhan penelitian guna kelancaran penelitian ini.
5. Seluruh dosen program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah banyak memberikan ilmu dan pengetahuannya dalam mengajar sehingga pengetahuan yang diajarkan dapat terpakai untuk bahan penelitian serta membantu peneliti dalam mendapatkan teori-teori untuk kebutuhan penelitian ini.

6. Seluruh *staff* dan karyawan program studi Administrasi Bisnis yang telah banyak membantu dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Sahabat-sahabatku yang selalu menemani hari-hari peneliti Tiara, Edelweisha, Meina, Zahra, Tanti, Mirna, Nisya, Handika, Luthfi, Dimas, dan David yang telah memberikan rasa cinta, persahabatan, semangat serta dukungan.
8. Sahabat-sahabat terbaik peneliti Ardi, Rangkas, Dandi, Ravie, Uti, Dian, dan Roro terimakasih atas persahabatan, kebersamaan dan motivasi yang telah diberikan.
9. Rekan-rekan Adbis C 2010 Tiara, Vika, Susan, Hifky, Dara, Lundy, Satria, Gesha, Fany dan rekan adbis c angkatan 2010 lainnya atas kebersamaannya selama peneliti menjalani masa perkuliahan.
10. Serta kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada peneliti selama pelaksanaan dan penyusunan penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan dalam penyajiannya karena keterbatasan kemampuan yang dimiliki peneliti. Untuk itu peneliti dengan rendah hati akan menerima saran dan kritik yang bersifat membangun yang ditujukan untuk lebih menyempurnakan penelitian ini. Harapan peneliti semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti sendiri dan bagi yang memerlukan dikemudian hari untuk melakukan penelitian yang sama dan para pembaca pada umumnya.

Bandung, 15 April 2014

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	1
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.1.3 Visi dan Misi Togamas	2
1.1.3.1 Visi.....	2
1.1.3.2 Misi	2
1.2 Latar Belakang Masalah	2
1.3 Perumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.6 Kegunaan Penelitian	8
1.7 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	11
2.1.1 Konsep Pemasaran	11
2.1.1.1 Pemasaran	12
2.1.1.2 Manajemen Pemasaran	12
2.1.1.3 Produk yang Dipasarkan	12

2.1.1.4	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	14
2.1.1.5	Saluran Pemasaran.....	15
2.1.2	<i>Retailing</i>	16
2.1.2.1	Jenis-Jenis <i>Retailers</i>	17
2.1.2.2	Tipe Kepemilikan <i>Retail</i>	19
2.1.2.3	<i>Retailing Mix</i>	20
2.1.3	<i>Store Atmosphere</i>	20
2.1.3.1	<i>Exterior</i>	22
2.1.3.2	<i>General Interior</i>	24
2.1.3.3	<i>Store Layout</i>	26
2.1.3.4	<i>Interior Display</i>	28
2.1.4	Keputusan Pembelian Konsumen	29
2.1.4.1	Faktor-Faktor Utama Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	30
2.1.4.2	Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen	31
2.1.5	Hubungan <i>Store Atmosphere</i> dengan Keputusan Pembelian Konsumen.....	33
2.2	Penelitian Terdahulu.....	35
2.3	Kerangka Pemikiran.....	44
2.4	Hipotesis Penelitian	47
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	47
BAB III METODE PENELITIAN.....		49
3.1	Jenis Penelitian.....	49
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	49
3.2.1	Variabel Operasional	49
3.2.2	Skala Pengukuran	52
3.3	Tahapan Penelitian.....	54
3.4	Populasi dan Sampel	55
3.4.1	Populasi	55
3.4.2	Sampel	55
3.5	Pengumpulan Data	56

3.5.1	Jenis Data.....	56
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data	57
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	58
3.6.1	Uji Validitas.....	59
3.6.1.1	Hasil Uji Validitas	59
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	60
3.6.2.1	Hasil Uji Realiabilitas.....	61
3.7	Teknik Analisis Data.....	62
3.7.1	Analisis Data Deskriptif	62
3.7.2	<i>Method Succesive Interval</i> (MSI)	64
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	65
3.7.3.1	Uji Normalitas	65
3.7.3.2	Uji Multikolineritas	65
3.7.3.3	Uji Heteroskedastisitas	66
3.7.3.4	Uji Autokoreasi.....	66
3.7.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
3.7.5	Pengujian Hipotesis	68
3.7.5.1	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	68
3.7.5.2	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	69
3.7.6	Koefisien Determinasi	71
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		72
4.1	Identitas Responden	72
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	73
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	74
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Responden Mengetahui Keberadaan Togamas Cabang Buahbatu.....	75
4.2	Pembahasan dan Hasil Penelitian	76
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	76
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	90

4.2.2.1 Uji Normalitas	92
4.2.2.2 Uji Multikolonieritas	93
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas	94
4.2.2.4 Uji Autokorelasi	95
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	95
4.2.4 Uji Hipotesis	98
4.2.4.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	99
4.2.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	100
4.2.5 Koefisien Determinasi.....	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Sekolah di Kota Bandung.....	3
Tabel 1.2	Data Pengunjung dan Penjualan Togamas Cabang Buahbatu dan Cabang Supratman Bandung.....	6
Tabel 3.1	Variabel Operasional.....	51
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 3.4	Kriteria Interpretasi Skor	63
Tabel 4.1	Tanggapan Responden Mengenai <i>Exterior</i> (X_1).....	77
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Mengenai <i>General Interior</i> (X_2).....	79
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Mengenai Store Layout (X_3)	82
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Mengenai Interior Display (X_4).....	84
Tabel 4.5	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>Store Atmosphere</i> (X).....	86
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y).....	87
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas	92
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolonieritas	94
Tabel 4.9	Hasil Uji Autokorelasi	95
Tabel 4.10	Tabel Variabel <i>Entered/Removed</i>	95
Tabel 4.11	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	96
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	99
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	101
Tabel 4.14	Hasil Besaran Pengaruh Secara Parsial.....	102
Tabel 4.15	Koefisien Determinasi.....	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo Toko Buku Togamas.....	2
Gambar 2.1	Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	33
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	47
Gambar 3.1	Tahapan Penelitain	54
Gambar 3.2	Persentase dalam Garis Kontinum	63
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	73
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	74
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Responden Mengetahui Keberadaan Togamas Cabang Buahbatu	75
Gambar 4.5	Persentase dalam Garis Kontinum <i>Exterior</i>	78
Gambar 4.6	Persentase dalam Garis Kontinum <i>General Interior</i>	79
Gambar 4.7	Persentase dalam Garis Kontinum <i>Store Layout</i>	83
Gambar 4.8	Persentase dalam Garis Kontinum <i>Interior Display</i>	85
Gambar 4.9	Persentase dalam Garis Kontinum <i>General Interior</i>	86
Gambar 4.10	Persentase dalam Garis Kontinum Keputusan Pembelian	88
Gambar 4.11	Histogram	90
Gambar 4.12	Grafik Normal P-P <i>Plot of Regression Standardized Residual</i>	91
Gambar 4.13	Diagram Pencar (<i>Scatterplot</i>).....	94

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Kuesioner Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Togamas Cabang Buahbatu Bandung
- Lampiran 2: Hasil Skor Kuesioner
- Lampiran 3: Hasil Skor Kuesioner Setelah Dilakukan MSI
- Lampiran 4: Hasil Uji Validitas Variabel *Store Atmosphere* (X)
- Lampiran 5: Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)
- Lampiran 6: Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7: Hasil Uji Regresi Linier Berganda