

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA *HEROINE Exp* DI MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
Universitas Katolik Widya Karya Malang**



**DISUSUN OLEH:
YONATHAN ERIC PRABOWO
NIM 201111016**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
2015**

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Yonathan Eric Prabowo
NIM : 201111016
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul : *PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA HEROINE EXP MALANG*

Malang, 28 Mei 2015

Diterima dan Disetujui :

Pembimbing I

Dra. Anni Yudiastuti, MP
NIDN. 0701056401

Pembimbing II

Drs. Cornelius Niwadololo, M.M
NIDN. 0706055302

Mengetahui,

Drs. Cornelius Niwadololo, M.M
NIDN. 0706055302

Dra. Anni Yudiastuti, MP
NIDN. 0701056401

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul :

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA *HEROINE EXP* MALANG**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Yonathan Eric Prabowo

NIM : 201111016

Telah dipertahankan di depan dewan penguji Skripsi Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 28 Mei 2015 dan telah
memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu guna memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1).

Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Karya Malang



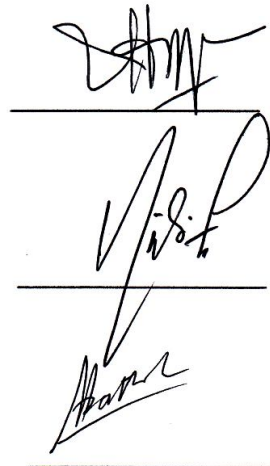
Drs. Cornelius Niwadolo, MM

NIDN. 0706055302

DEWAN PENGUJI :

1. Dra. Anni Yudiastuti, MP
NIDN : 0701056401
2. Drs. Cornelius Niwadolo, MM
NIDN : 0706055302
3. Dewi Ratih, SE, MSM
NIDN : 0704078107

TANDA TANGAN





heroineexp®

Jl. Semeru 70 MALANG

Telp. : 0341 7741691

e-mail : heroine_exp@yahoo.com

Kepada : Yth. Bapak Dekan
Universitas Katholik Widya Karya Malang
Fakultas Ekonomi
Up. Bpk. Drs. Cornelius Niwadolo, MM.

Menindaklanjuti surat dari Unika Widya Karya Malang perihal permohonan surat ijin untuk melakukan penelitian di perusahaan kami, maka kami bersedia membantu dalam proses tersebut diatas apabila diperlukan untuk penyusunan skripsi sebagai tugas akhir bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Unika Widya Karya Malang kepada :

Nama : Yonathan Eric Prabowo

NIM : 201111016

Jurusan : Manajemen

Judul skripsi : Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Heroine EXP* di Malang.

Demikian surat ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 8 April 2015

Pimpinan



(FIRDAUS ARISANDI)

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Kami yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul : *PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA HEROINE EXP MALANG*

Merupakan karya asli dari :

Nama : Yonathan Eric Prabowo
NIM : 201111016
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen

Dan bukan karya plagiat baik sebagian maupun seluruhnya.

Demikian pernyataan ini kami buat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan kami bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, 28 Mei 2015



Yonathan Eric Prabowo

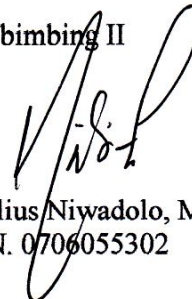
Diterima dan disetujui :

Pembimbing I



Dra. Anni Yudiastuti, MP
NIDN. 0701056401

Pembimbing II



Drs. Cornelius Niwadolo, M.M
NIDN. 0706055302



Drs. Cornelius Niwadolo, M.M
NIDN. 0706055302

Mengetahui,



Dra. Anni Yudiastuti, MP
NIDN. 0701056401

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : YONATHAN ERIC PRABOWO

NIM : 201111016

Universitas : UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA
MALANG

Fakultas : EKONOMI

Jurusan : MANAJEMEN

Tempat, Tanggal lahir : JOMBANG, 13 MARET 1993

Alamat : Jl. Taman Borobudur Agung Timur 7/9 Malang

Nama Orang Tua

Ayah : ALEX KRISTANTO

Ibu : MERTA MILIYAWATI

Riwayat Pendidikan :

1. SDK PETRA JOMBANG. 1999 - 2005
2. SMPK PETRA JOMBANG. 2005 - 2008
3. SMAK KOLESE SANTO YUSUP MALANG. 2008 - 2011
4. UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG. 2011 -2015

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah mengkaruniakan rahmat-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsinya yang berjudul “ PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *HEROINE EXP* MALANG “.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Katolik Widya Karya Malang. Dalam menyusun ini penulis mendapatkan banyak bantuan yang diterima dari berbagai pihak.

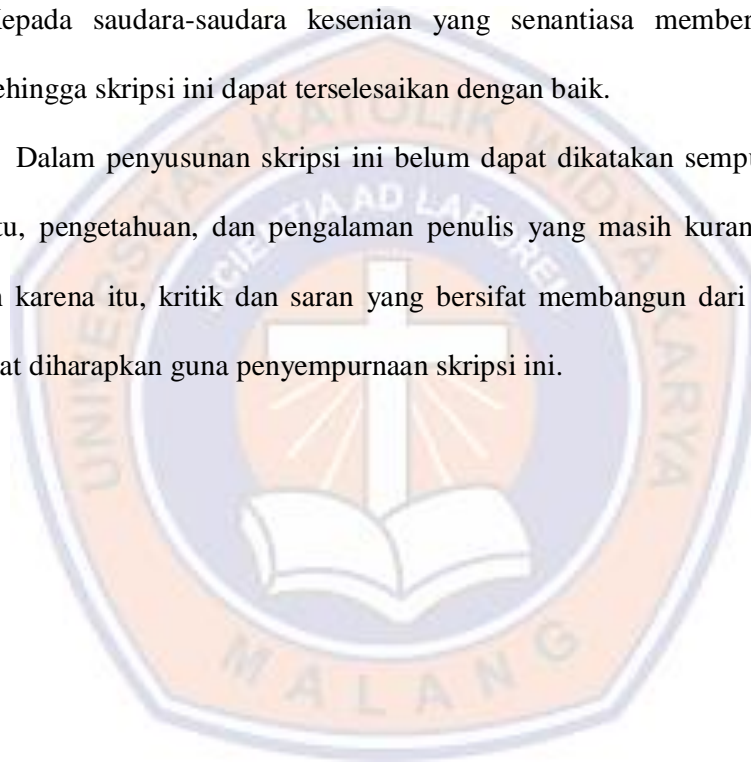
Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Romo Albertus Herwanta, O.Carm., MA selaku Rektor di Universitas Katolik Widya Karya Malang yang memberikan dukungan sepenuhnya.
2. Drs. Cornelius Niwadolo , MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan juga selaku pembimbing II yang telah memberikan dukungan dan juga memberikan arahan tentang bagaimana penulis dalam menyusun skripsi yang baik.
3. Dra. Anni Yudiastuti , MP selaku Ketua Jurusan Manajemen dan juga selaku pembimbing I yang dengan sabar membimbing dan memberikan arahan ke penulis dapat menyusun skripsi ini dengan baik.
4. Bapak Firdaus Arisandi yang telah membantu, meluangkan waktu, dan memberikan izin untuk melakukan penelitian di perusahaan ini.

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

5. Kedua orangtua penulis yaitu Ibu Merta Miliyawati dan Bapak Alex Kristanto yang telah memberi semangat, dan selalu senantiasa memberikan doa.
6. Pacar penulis Florentina Savira Kartika Kencana yang telah sabar dan selalu memberikan bantuan, semangat dan juga arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Kepada teman-teman Jurusan Manajemen yang membantu dalam penyelesaian skripsi.
8. Kepada saudara-saudara kesenian yang senantiasa memberikan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini belum dapat dikatakan sempurna mengingat waktu, pengetahuan, dan pengalaman penulis yang masih kurang dan terbatas. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan guna penyempurnaan skripsi ini.



DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Judul	
Halaman Persetujuan Skripsi	
Halaman Pengesahan Skripsi	
Halaman Surat Keterangan Penelitian	
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat	
Halaman Riwayat Hidup	
Halaman Kata Pengantar	i
Halaman Daftar Isi	ii
Halaman Daftar Tabel	vi
Halaman Daftar Gambar	vii
Halaman Daftar Lampiran	viii
Abstraksi	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	3
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Hasil Penelitian Terdahulu.....	5
B. Tinjauan Pustaka.....	6
1. Pengertian Pemasaran.....	6
2. Pengertian Bauran Pemasaran.....	7
3. Pengertian Tempat (<i>Place</i>).....	7
4. Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	9
5. Pengertian perilaku konsumen dan perilaku pembelian.....	10

C. Kerangka Pikir.....13
D. Hipotesis.....13

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....14
B. Ruang Lingkup.....14
C. Lokasi Penelitian.....14
D. Populasi dan Sampel.....14
E. Sumber Data Penelitian.....15
F. Jenis Data Penelitian.....16
G. Definisi Operasional Variabel.....16
H. Metode Pengumpulan data.....18
I. Skala Pengukuran.....18
J. Teknik Analisis Data.....19

BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

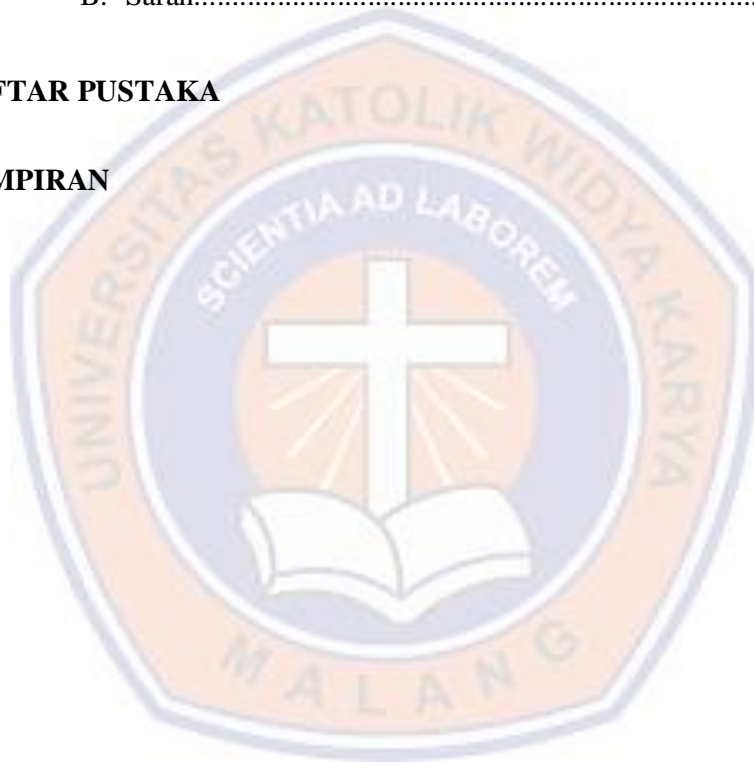
A. Gambaran Umum Perusahaan.....23
1. Sejarah Perusahaan.....23
2. Struktur Organisasi Perusahaan.....24
3. Tujuan Perusahaan.....27
4. SWOT.....28
5. Jangkauan Pemasaran Produk.....29
B. Penyajian Data Intepretasi.....29
1. Pengujian Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas).....29
2. Pengujian Asumsi Klasik.....31

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

3. Deskripsi Karakteristik Responden.....	37
C. Pembahasan.....	60
1. Deskripsi Variabel Penelitian.....	60
2. Impikasi Hasil Penelitian.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	17
Tabel 4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Item Instrumen.....	30
Tabel 4.2 Uji Normalitas.....	32
Tabel 4.3 Uji Multikolinieritas dengan <i>Value Inflation Factor</i>	34
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	39
Tabel 4.7 Deskripsi Frekuensi Variabel <i>Eksterior</i> (X1).....	42
Tabel 4.8 Deskripsi frekuensi Variabel <i>General Interior</i> (X2).....	44
Tabel 4.9 Deskripsi Frekuensi Variabel <i>Store Layout</i> (X3).....	46
Tabel 4.10 Deskripsi Frekuensi Variabel <i>Interior Display</i>	48
Tabel 4.11 Deskripsi rata-rata variabel <i>Store Atmosphere</i> (X1-X4).....	49
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 4.13 Uji Korelasi <i>Product Momen Pearson</i>	53
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gambar Kerangka Pikir.....13

Gambar 4.1 Gambar Struktur Organisasi.....25

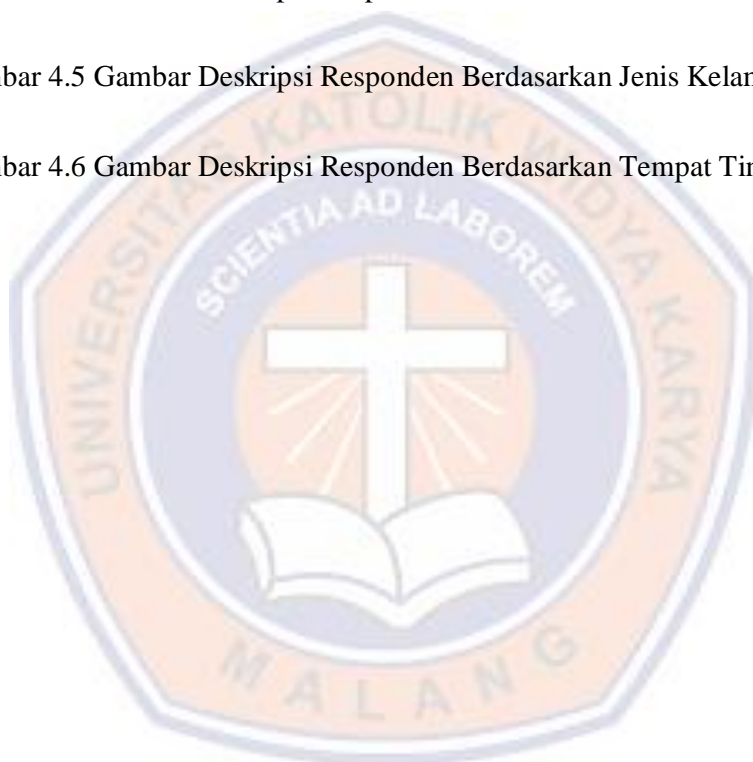
Gambar 4.2 Gambar Grafik Uji Normalitas.....33

Gambar 4.3 Gambar Grafik Uji Heteroskedastisitas.....36

Gambar 4.4 Gambar Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....40

Gambar 4.5 Gambar Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....40

Gambar 4.6 Gambar Deskripsi Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....40



PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner

Tabulasi Data

Output olah data dari SPSS



PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *HEROINE EXP* MALANG.

ABSTRAK

Heroine Exp adalah salah satu produsen *clothing* yang sudah dapat terbilang besar di kota Malang ini. toko ini memiliki konsep *Trendy* dalam penjualan pakaian, khususnya pakaian bagi konsumen yang berjiwa muda. *Heroine Exp* memiliki *store atmosphere* yang menggambarkan suasana seperti *Bikers*.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh keempat elemen *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Heroine Exp* Malang dan Untuk mengetahui elemen *Store Atmosphere* mana yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Heroine Exp* Malang. Penelitian ini merupakan penelitian *Explanatory*, Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang datang ke *Heroine Exp* Malang dan membeli produk *Heroine Exp* pada saat penelitian. Jumlah sampelnya 50 orang dan menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Sumber data ada 2 yaitu data primer dan data sekunder. Jenis data ada 2 yaitu data kuantitatif dan data kualitatif. Metode pengumpulan data ada 3 yaitu kuesioner, dokumentasi dan wawancara. Teknik analisis data terdiri dari Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas), Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas dan Uji Heteroskedastisitas), Analisis Regresi Linear Berganda dan Analisis Hipotesis (Uji f dan Uji t). Model Regresi bergandanya adalah $Y = 0.107 + 0.184X_1 + 0.455X_2 + 0.021X_3 + 0.197X_4$.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari uji F yaitu pengujian secara simultan diperoleh hasil F hitung sebesar 109.098 dengan nilai signifikansi (0.000) yang jauh lebih kecil dari alpha (0.05). Hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan secara simultan dari elemen *Store Atmosphere* yang terdiri atas *Eksterior* (X_1), *General Interior* (X_2), *Store Layout* (X_3) dan *Interior Display* (X_4) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada *Heroine Exp* Malang (Y). Sedangkan secara parsial (uji t) *Store Atmosphere* yang terdiri atas *Eksterior* (X_1), *General Interior* (X_2), *Store Layout* (X_3), dan *Interior Display* (X_4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Heroine Exp* Malang (Y), ditunjukkan pada nilai signifikan yang berturut-turut sebesar 0.03, 0.000, 0.004 dan 0.002 yang jauh lebih kecil dari alpha (0.05). Elemen *Store Atmosphere* yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Heroine Exp* Malang, yaitu faktor *General Interior* (X_2). Hal ini didukung dengan besarnya nilai beta sebesar 0,455.

Kata kunci: *Store Atmosphere* (X), Keputusan Pembelian (Y).

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan yang beroperasi di Indonesia. Di satu sisi, era globalisasi memperluas pasar produk dari perusahaan Indonesia dan di sisi lain, keadaan tersebut memunculkan persaingan yang makin ketat baik antar perusahaan domestik maupun perusahaan asing. Seperti halnya yang terjadi pada industri ritel Nasional dimana perkembangan jumlah ritel di Indonesia terus bertambah secara pesat seperti *Distro*/ toko baju.

Kondisi persaingan yang semakin ketat menuntut setiap bisnis ritel untuk meningkatkan kekuatan yang ada dalam perusahaannya, dengan cara memunculkan perbedaan atau keunikan yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan pesaing dalam menarik minat membeli konsumen. Tujuan khususnya adalah agar konsumen melakukan pembelian tidak hanya dapat dilakukan dengan memberikan diskon, *door prize*, atau kegiatan promosi lainnya, tetapi juga dapat dilakukan dengan cara memberikan *atmosphere* yang menyenangkan bagi konsumen pada saat di dalam toko, karena konsumen yang merasa senang diharapkan akan melakukan pembelian. *Store Atmosphere* adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli barang (Utami 2006:238).

Untuk dapat menciptakan *atmosphere* yang menyenangkan, maka perlu diciptakan *store atmosphere* yang baik. *Store atmosphere* tidak hanya dapat

memberikan suasana lingkungan pembelian yang menyenangkan saja, tetapi juga dapat memberikan nilai tambah terhadap produk yang dijual. Selain itu, *store atmosphere* juga akan menentukan citra toko itu sendiri. Citra toko yang baik dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan untuk bertahan terhadap persaingan dalam membentuk pelanggan yang loyal. *Store atmosphere* dapat digunakan sebagai salah satu sarana komunikasi yang dapat berakibat positif dan menguntungkan dibuat semenarik mungkin.

Heroine Exp adalah salah satu produsen *clothing* yang sudah dapat terbilang besar di kota Malang ini. Toko ini memiliki konsep *Trendy* dalam penjualan pakaian, khususnya pakaian bagi konsumen yang berjiwa muda. *Heroine Exp* memiliki *store atmosphere* yang menggambarkan suasana seperti *Bikers*. Akan tetapi tempatnya pun didesain sedemikian rupa sehingga memberikan daya tarik tersendiri dan rasa nyaman, yang pada akhirnya akan merangsang konsumen untuk melakukan pembelian.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan judul: “Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada *Heroine Exp* di Malang”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana signifikansi pengaruh keempat elemen *Store Atmosphere* yaitu *Eksterior (X1)*, *General Interior (X2)*, *Store Layout (X3)* dan *Interior Display (X4)* terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Heroine Exp* di Malang?
2. Manakah elemen *store atmosphere* yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Heroine Exp* di Malang?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh keempat elemen *store atmosphere* yaitu *Eksterior (X1)*, *General Interior (X2)*, *Store Layout (X3)* dan *Interior Display (X4)* terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Heroine Exp* di Malang.
- b. Untuk mengetahui elemen *Store Atmosphere* yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Heroine Exp* di Malang.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang *store atmosphere* dan penerapannya.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran dalam menangani masalah yang sedang dihadapi berkaitan dengan *store atmosphere* yang dilakukan perusahaan.

c. Bagi universitas

Hasil penelitian ini menjadi sumbangan bacaan ilmiah pada perpustakaan Unika Widya Karya Malang, yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi mahasiswa lain yang mengadakan penelitian dengan permasalahan yang sama.

