

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA NIMCO GIANT STORE MALANG**

SKRIPSI

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



OLEH :

REXY PRADIKA

NIM. 201611035

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

2020

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Raxy Pradika
NIM : 201611035
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul : *PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA NIMCO GIANT STORE MALANG.*

Malang, 2 Mei 2020

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I



Dra. Anni Yudiastuti, MP
NIDN: 0701056401

Pembimbing II



Jovita Vicka B. W. S. Pd., M. SM
NIDN: 0724018601

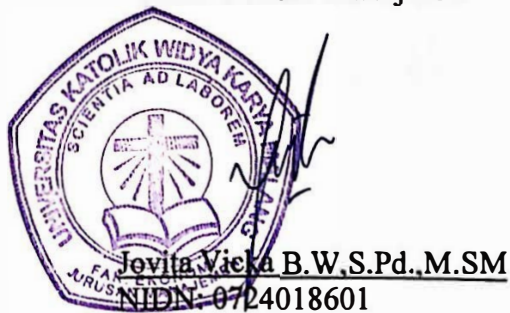
Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi



Dra. Anni Yudiastuti, MP
NIDN: 0701056401

Ketua Jurusan Manajemen



Jovita Vicka B. W. S. Pd., M. SM
NIDN: 0724018601

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul :
**PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA NIMCO GIANT STORE MALANG**
Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Rexy Pradika
NIM : 201611035

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji skripsi Fakultas
Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 2 Mei
2020 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemn Strata satu (S-1).

Disahkan oleh :
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Karya Malang



Dra. Anni Yudiastuti,MP
NIDN: 0701056401

DEWAN PENGUJI

1. Dra. Anni Yudiastuti,MP
NIDN: 0701056401
2. Jovita Vicka B.W,S.Pd.,M.SM.
NIDN 0724018601
3. Drs. Cornelius Niwadolo, M.M
NIDK: 8887223419

TANDA TANGAN


.....


.....

.....

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA NIMCO GIANT STORE MALANG” merupakan karya asli dari :

Nama : Rexy Pradika
NIM : 201611035
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

dan bukan karya plagiat baik sebagian maupun seluruhnya.

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

Malang, 2 Mei 2020

(Rexy Pradika)

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I



Dra. Anni Yudiastuti, MP
NIDN: 0701056401

Pembimbing II



Jovita Vicka B.W.S.Pd., M.SM
NIDN: 0724018601

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi



Dra. Anni Yudiastuti, MP
NIDN: 0701056401

Ketua Jurusan Manajemen



Jovita Vicka B.W.S.Pd., M.SM
NIDN: 0724018601

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat rahmat, anugerah, dan kasih karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
2. Terima kasih kepada Papa Fredy dan Mama Yeni yang selalu memberikan dukungan dan motivasi agar saya tetap bersemangat dan terus berjuang dan selalu mendoakan setiap hari dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Terima kasih kepada, kakak Alvin, adik William, yang selalu menyemangati dan memotivasi sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.
4. Terima kasih kepada seluruh Mahasiswa/I angkatan tahun 2016 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen yang selalu memberikan dukungan, bantuan dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
5. Terima kasih kepada sahabat-sahabat seperjuangan (Christian, togar, edo, ferian, abi, paul, naldo, singgih, alvin, angel, grace, austin, ega, yuvita, ovi, azarine, dan gaby) yang telah melalui proses bersama, memotivasi, menyemangati dan memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu
6. Ucapan terima kasih untuk segenap keluarga besar BMJ manajemen sebagai keluarga kecil yang sudah mendukung dan memotivasi dalam selama proses perkuliahan sampai penyelesaian skripsi ini.

MOTTO

“Apa yang kau percaya itu yang membuatmu hidup”



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Raxy Pradika
NIM : 201611035
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Tempat, tanggal lahir : Bandar Lampung, 10-03-1997
Alamat : Jalan Kapi Sata Bali 16b no. 20
Nama orang tua : Yohanes Fredy (Ayah)
: Valentine Yeni (Ibu)
Riwayat Pendidikan :
Tahun 2003-2009 : SDK Santa Maria 2 Malang
Tahun 2009-2012 : SMPK Santa Maria 2 Malang
Tahun 2012-2016 : SMAK Santa Maria Malang
Tahun 2016-2020 : S1 Manajemen Universitas Katolik Widya Karya
Malang

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan yang Mahakuasa karena kasih karunia dan penyertaan-NYA, skripsi yang berjudul “PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA NIMCO GIANT STORE MALANG” dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi ini merupakan tugas akhir dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang.

Pada kesempatan ini, penulis juga hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang selalu memberi motivasi dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini:

1. Dra. Anni Yudiastuti,MP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Dosen Pembimbing I yang telah membimbing hingga terselesainya skripsi ini.
2. Jovita Vicka B.W,S.Pd.,M.SM selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Dosen Pembimbing II yang telah membimbing hingga terselesainya skripsi ini.
3. Store Manager Nimco Giant Store Malang yang telah member izin, tempat, waktu, data dan bantuan-bantuan lain kepada peneliti demi kelancaran penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak/Ibu Dosen pengajar Fakultas Ekonomi yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama perkuliahan di kampus Unversitas Katolik Widya Karya Malang

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun guna memperbaiki skripsi ini dikemudian hari.

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

Akhir kata penulis mohon maaf jika dalam penelitian masih terdapat kekurangan dan semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya dalam menambah referensi.

Malang, 2 Mei 2020,

Penulis



Rexy Pradika

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	i
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iv
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Penelitian Terdahulu	5
B. Tinjauan pustaka	7
C. Kerangka Pikir	14
D. Hipotesis.....	14
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	16
B. Lokasi Penelitian.....	16
C. Ruang lingkup Penelitian	16
D. Populasi dan sampel	16
E. Sumber data dan Jenis data	18
F. Metode Pengumpulan Data	19
G. Definisi Operasional Variabel.....	20
H. Teknik Analisis Data	23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan	28
B. Gambaran Umum Responden.....	43
C. Penyajian Data Penelitian	44
D. Analisis Data dan Intepretasi Data.....	57
E. Pembahasan.....	67
F. Implikasi Hasil Penelitian.....	70
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	5
Tabel 3.1 Tabel definisi operasional variabel.....	20
Tabel 4.1 Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin.....	43
Tabel 4.2 Deskripsi responden berdasarkan usia	44
Tabel 4.3 Deskripsi frekuensi variabel <i>eksterior</i> (X1).....	45
Tabel 4.4 Deskripsi frekuensi variabel <i>general interior</i> (X2).....	48
Tabel 4.5 Deskripsi frekuensi variabel <i>store layout</i> (X3)	52
Tabel 4.6 Deskripsi frekuensi variabel <i>interior display</i> (X4).....	54
Tabel 4.7 Deskripsi frekuensi variabel keputusan pembelian (Y).....	56
Tabel 4.8 Deskripsi Uji Validitas dan reliabilitas.....	58
Tabel 4.9 Deskripsi hasil uji multikolinieritas.....	60
Tabel 4.10 Deskripsi hasil uji analisis regresi linier berganda.....	62
Tabel 4.11 Hasil uji F.....	64
Tabel 4.12 hasil uji koefisien determinasi.....	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pikir	14
Gambar 4.1 Struktur Organisasi perusahaan.....	32
Gambar 4.2 hasil uji normalitas.....	59
Gambar 4.3 hasil uji heteroskedastisitas.....	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Output Data

Lampiran 4 Dokumentasi



PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA NIMCO GIANT STORE MALANG

ABSTRAK

Salah satu aspek yang patut diperhatikan dalam bidang usaha adalah kreatifitas penciptaan *store atmoshpere*. *Store atmosphere* terdiri dari *exterior*, *interior display*, *store layout*, dan *general interior*. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen sangat didukung dengan lingkungan toko yang membuat konsumen tersebut merasa betah berada didalam toko, sehingga konsumen dapat mempertimbangkan untuk membeli barang yang ditawarkan. Nimco Giant Store adalah salah satu distro lokal yang berada di kota Malang, yang menjual berbagai macam pakaian dengan kualitas yang baik dan dengan model berjiwa muda.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Pengaruh *Store Atmosphere* secara simultan terhadap keputusan pembelian, Pengaruh *Store atmosphere* secara parsial terhadap keputusan pembelian dan elemen dari *Store Atmosphere* yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pada Nimco Giant Store. Jenis penelitian ini adalah *explanatory*. Sumber data penelitian ini adalah primer dan sekunder. Populasi penelitian ini adalah konsumen Nimco Giant Store Malang. Sampel yang diambil sebanyak 50 orang dengan metode *accidental sampling* dan alat analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *exterior* (X1), *general interior* (X2), *store layout* (X3), *interior display* (X4) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dengan tingkat signifikan $0,016 < 0,05$. Secara parsial variabel *exterior* (X1), *general interior* (X2), *store layout* (X3), *interior display* (X4) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dengan tingkat signifikan $> 0,05$ untuk semua variabel. Variabel yang berpengaruh dominan adalah *general interior* (X2) dengan VIF beta 0,250.

Kata kunci : *Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Display, dan Keputusan Pembelian*