

ABSTRAK

PENGARUH SUASANA TOKO TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPITALIS COFFEE BAR DRAMAGA BOGOR

THE EFFECT OF STORE ATMOSPHERE OF CONSUMER PROCES PURCHASE DECISION IN KOPITALIS COFFEE BAR DRAMAGA BOGOR

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan konsumen tentang suasana toko dan pengaruh suasana toko secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian. Metode penelitian adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, analisis korelasi berganda, koefisien determinasi, uji F dan uji t. Bentuk penelitian deskriptif dan verifikasi dengan objek penelitian sebanyak 100 konsumen yang berkunjung dan mengkonsumsi *Kopitalis Coffee Bar*. Berdasarkan hasil penelitian, secara simultan dan parsial variabel suasana toko yang terdiri dari *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian pada *Kopitalis Coffee Bar* Dramaga Bogor.

Kata Kunci: Suasana Toko, Keputusan Pembelian, *Kopitalis Coffee Bar*.

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out how consumers respond to store atmosphere and the effect of store atmosphere simultaneously and partially influence the process purchasing decisions. The research method is a validity test, reliability test, classic assumption test, multiple regression analysis, multiple correlation berganda, coefficient of determination, F test and t test .A form of descriptive and verification research with a research object of 100 consumers who visit and consume Kopitalis Coffee Bar. Based on the results of the study, simultaneously and partially store atmosphere variables consisting of exterior, general interior, store layout and interior display have a positive and significant effect on proces purchasing decisions at Kopitalis Coffee Bar Dramaga Bogor.

Keywords: Store Atmosphere, Purchase Decision, Kopitalis Coffee Bar.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan menyusun proposal skripsi yang berjudul **“Pengaruh Suasana Toko Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada *Kopitalis Coffee Bar Dramaga Bogor*”**. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda tercinta Nabi Muhammad SAW, beserta keluarganya, sahabatnya, dan kita sebagai umatnya hingga akhir zaman yang selalu berusaha menuntut ilmu sesuai dengan sunahnya.

Skripsi ini penulis susun dan diajukan sebagai bentuk tugas akhir, seluruh kelancaran dan keberhasilan yang diperoleh tidak terlepas dari adanya bantuan serta dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

Simpulandan Saran

1. Ketua dan Pengurus Yayasan Pusat Studi Pengembangan Islam Amaliah Indonesia (YPSPIAI)
2. Rektor dan Wakil Rektor Universitas Djuanda Bogor.
3. Bapak Dr. Lucky Hikmat Maulana, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Ibu Sudarijati, SE., M.Si, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan sekaligus Pembimbing II skripsi, Ibu Dra. Titiek Tjahja Andari, M.Si. selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi, Ibu Erni Yuningsih, SE., MM. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi.
4. Ibu Endang Silaningsih, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen. Serta Ibu Dwi Gemina, SE., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen.
5. Bapak Samsuri, SE., MM selaku Pembimbing I atas bantuan serta bimbingannya.
6. Ibu Sri Harini, SE., M.Si selaku Pembimbing Akademik atas segala bantuan dan pengarahannya selama mengikuti perkuliahan.
7. Staff dan Karyawan Fakultas Ekonomi atas segala bantuan yang telah membantu kelancaran dalam penyusunan skripsi.
8. Bapak Bambang Okta selaku *owner Kopitalis Coffee Shop* yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian ini.
9. Kedua orang tua tercinta Bapak Umar dan Ibu Rosmi terimakasih yang dalam penulis ucapkan telah memberikan kasih sayang, motivasi dan dukungan secara moril maupun materil beserta do'a.
10. Kakak tersayang Iin Indriani dan YuliaDwi Utami yang sudah memberikan motivasinya.
11. Sahabat saya Sri Heryanti dan Siti Mariam yang sudah memberikan dukungan dan motivasinya.
12. Teman terdekat saya Laela Rizky Amalia, Septya Damayanti, Aprilina Hajiantinur, Selvy Oktaviani, Rizka Rosyada, Nabila Aryuni, Intannia Maiza Sari dan Abdurrakhman Fakhri yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan referensi dalam skripsi ini.

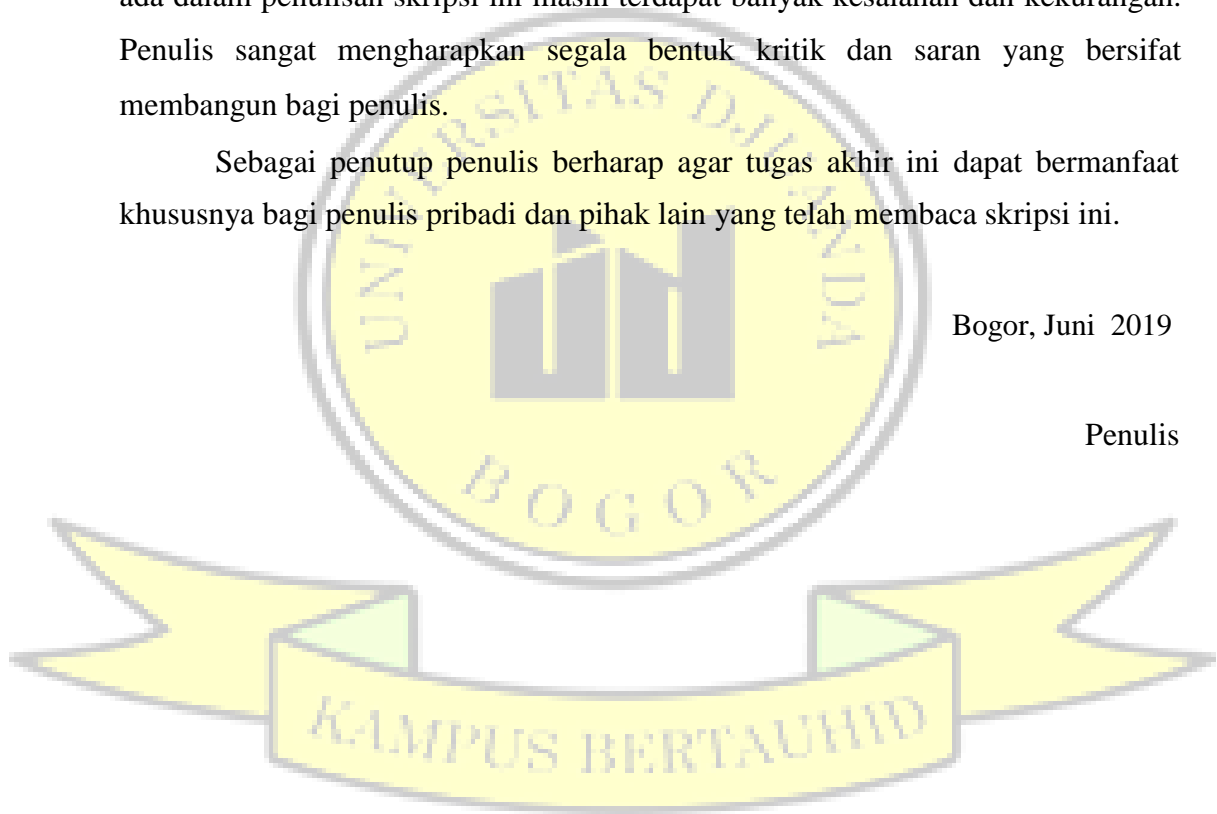
13. Teman-teman Fakultas Ekonomi UNIDA Bogor angkatan 2015 yang telah memberi semangat serta dukungannya.
14. Serta semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu penulisan skripsi, terimakasih atas saran, dukungan dan semangatnya.

Penulis menyadari bahwa penelitian serta penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, dengan hormat penulis memohon maaf bila ada dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan. Penulis sangat mengharapkan segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun bagi penulis.

Sebagai penutup penulis berharap agar tugas akhir ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis pribadi dan pihak lain yang telah membaca skripsi ini.

Bogor, Juni 2019

Penulis





DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8

1.4	Manfaat Penelitian	8
1.5	Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA		10
2.1	Penelitian Terdahulu	10
2.2	Tinjauan Teori	11
2.2.1	Pengertian Pemasaran	12
2.2.2	Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2.2.3	Bauran Pemasaran	14
2.3	Suasana Toko	18
2.3.1	Faktor Yang Mempengaruhi Suasana Toko	19
2.3.2	Tujuan Suasana Toko	20
2.3.3	Dimensi Suasana Toko	22
2.4	Perilaku Konsumen	29
2.5	Proses Keputusan Pembelian	32
2.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian	32
2.5.2	Indikator Proses Keputusan Pembelian	33
2.5.3	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian	35
2.6	<i>Café</i>	36
2.7	Pengembangan Hipotesis	36
2.7.1	Pengaruh Suasana Toko Terhadap Proses Keputusan Pembelian	36
2.7.2	Pengaruh <i>Ekterior</i> Terhadap Proses Keputusan Pembelian	37
2.7.3	Pengaruh <i>General Interior</i> Proses Terhadap Keputusan	

Pembelian	37
2.7.4 Pengaruh <i>Store Layout</i> Terhadap Proses Keputusan	
Pembelian	38
2.7.5 Pengaruh <i>Interior Display</i> Terhadap Proses Keputusan	
Pembelian	39
2.8 Kerangka Pemikiran	41
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Objek dan Lokasi Penelitian	42
3.2 Desain Penelitian	42
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	42
3.4 Metode Pengumpulan Data	44
3.5 Unit Analisis, Populasi dan Sampel	46
3.6 Metode Pengujian Instrumen	47
3.6.1 Uji Validitas	47
3.6.2 Uji Reliabilitas	51
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	52
3.7 Metode Analisis Data	55
3.7.1 Analisis Regresi Linear Berganda	57
3.7.2 Analisis Korelasi Berganda	58
3.7.3 Analisis Koefisien Determinasi	59
3.8 Pengujian Hipotesis	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN GAMBARAN UMUM	
PERUSAHAAN	67
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	67
4.1.1 Sejarah Perusahaan	67

4.1.2	Visi, Misi dan Lambang Perusahaan	67
4.1.3	Struktur Organisasi <i>Kopitalis Coffee Bar</i>	68
4.1.4	Sumber Daya Manusia dan Jadwal Kerja di <i>Kopitalis Coffee Bar</i>	70
4.2	Karakteristik Konsumen	71
4.3	Tanggapan Konsumen Terhadap Suasana Toko.....	75
4.3.1	Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Exterior</i>	75
4.3.2	Tanggapan Konsumen Terhadap <i>General Interior</i>	83
4.3.3	Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Store Layout</i>	92
4.3.4	Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Interior Display</i>	98
4.3.5	Tanggapan Konsumen Terhadap Proses Keputusan Pembelian	103
4.4	Pengaruh Secara Simultan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian	109
4.4.1	Hasil Analisis Regresi Berganda	109
4.4.2	Hasil Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	110
4.4.3	Hasil Pengujian Koefisien Regresi	111
4.5	Pengaruh Secara Parsial <i>Exterior, General Interior, Store Layout dan Interior Display</i> Terhadap Keputusan Pembelian .	113
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		115
5.1	Kesimpulan	116
5.2	Saran	117
DAFTAR PUSTAKA		118
LAMPIRAN		121

DAFTAR TABEL

No	Teks	Halaman
1.1	Jumlah Konsumsi Kopi Masyarakat Indonesia Tahun 2013-2017	1
1.2	Data PDB Kabupaten Bogor Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha	2
1.3	Pendapatan <i>Kopitalis Coffee Bar</i> Dramaga Bogor Tahun 2017	5
2.1	Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Rencana Penelitian	12
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	43
3.2	Kriteria Uji Validitas	48
3.3	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Exterior</i> (X ₁)	49
3.4	Hasil Uji Validitas Variabel <i>General Interior</i> (X ₂).....	49
3.5	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Store Layout</i> (X ₃).....	50

3.6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Interior Display</i> (X_4)	50
3.7 Hasil Uji Validitas Variabel Proses Keputusan Pembelian (Y)	50
3.8 Kriteria Uji Reliabilitas	51
3.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Instrumen	52
3.10 Hasil Uji Multikolinearitas	54
3.11 Skala Pengukuran Variabel	55
3.12 Kelas Interval dan Kriteria Penelitian	56
3.13 Interpretasi Terhadap Nilai r	59
4.1 Sumber Daya Manusia <i>Kopitalis Coffee Bar</i> Berdasarkan Tingkat Pendidikan Tahun 2019	70
4.2 Waktu Kerja Karyawan <i>Kopitalis Coffee Bar</i>	71
4.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	71
4.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	72
4.5 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Status Pernikahan	72
4.6 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan	73
4.7 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	73

4.8 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendapatan	74
4.9 Rekapitulasi Karakteristik Konsumen.....	74
4.10 Tanggapan Konsumen Terhadap Bagian Depan Toko	75
4.11 Tanggapan Konsumen Terhadap Papan Nama Toko	76
4.12 Tanggapan Konsumen Terhadap Pintu Masuk	77
4.13 Tanggapan Konsumen Terhadap Jendela.....	78
4.14 Tanggapan Konsumen Terhadap Luas bangunan	78
4.15 Tanggapan Konsumen Terhadap Tinggi Bangunan	79
4.16 Tanggapan Konsumen Terhadap Lingkungan Sekitar Toko	80
4.17 Tanggapan Konsumen Terhadap Fasilitas Parkir	81
4.18 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Exterior</i>	82
4.19 Tanggapan Konsumen Terhadap Jenis Lantai	83
4.20 Tanggapan Konsumen Terhadap Pencahayaan	84
4.21 Tanggapan Konsumen Terhadap Aroma	85
4.22 Tanggapan Konsumen Terhadap Peralatan Toko	85

4.23 Tanggapan Konsumen Terhadap Tekstur Dinding	86
4.24 Tanggapan Konsumen Terhadap Suhu Udara.....	87
4.25 Tanggapan Konsumen Terhadap Lebar Ruang	88
4.26 Tanggapan Konsumen Terhadap Label Harga	89
4.27 Tanggapan Konsumen Terhadap Teknologi	89
4.28 Tanggapan Konsumen Terhadap Kebersihan Toko	90
4.29 Rekapitulasi Skor Tanggapan Konsumen Terhadap <i>General Interior</i> ...	91
4.30 Tanggapan Konsumen Terhadap Alokasi Lantai	92
4.31 Tanggapan Konsumen Terhadap Klasifikasi Penawaran Toko	93
4.32 Tanggapan Konsumen Terhadap Pengaturan Pola Lalu Lintas Aliran	94
4.33 Tanggapan Konsumen Terhadap Penentuan Kebutuhan Ruang	95
4.34 Tanggapan Konsumen Terhadap Memetakan Lokasi Toko	96
4.35 Tanggapan Konsumen Terhadap Pengaturan Masing-masing Produk	96
4.36 Rekapitulasi Skor Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Store Layout</i>	97
4.37 Tanggapan Konsumen Terhadap Macam-macam Tampilan	98

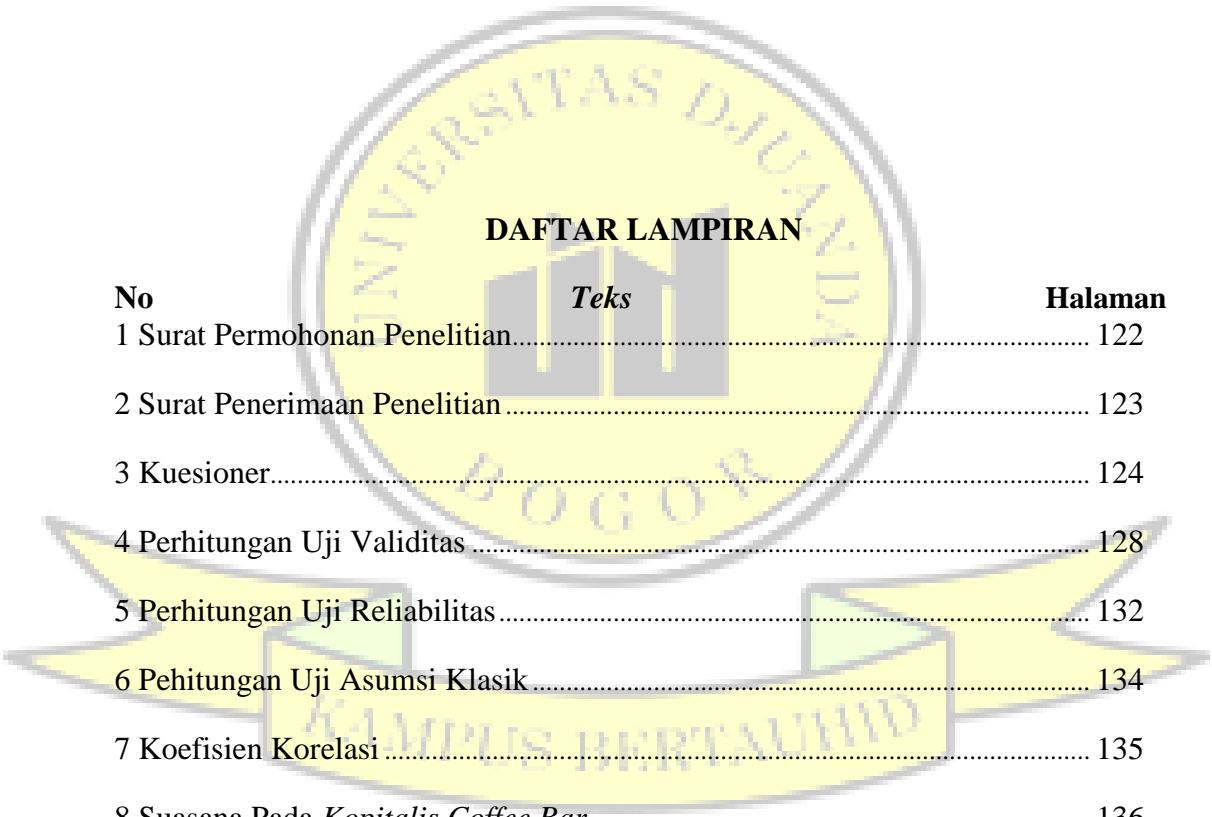
4.38 Tanggapan Konsumen Terhadap Tema Tampilan	99
4.39 Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Ensemble Display</i>	100
4.40 Tanggapan Konsumen Terhadap Rak	101
4.41 Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Cut Case</i>	102
4.42 Rekapitulasi Skor Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Interior Display</i>	102
4.43 Tanggapan Konsumen Terhadap Pengenalan Masalah.....	104
4.44 Tanggapan Konsumen Terhadap Pencarian Informasi	105
4.45 Tanggapan Konsumen Terhadap Evaluasi Alternatif	105
4.46 Tanggapan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	106
4.47 Tanggapan Konsumen Terhadap Perilaku Pasca Pembelian	107
4.48 Rekapitulasi Skor Tanggapan Konsumen Terhadap Proses Keputusan Pembelian	108
4.49 Regresi Linear Berganda	109
4.50 Pengujian Koefisien Determinasi	110
4.51 Hasil Pengujian Regresi Secara Simultan	112
4.52 Rekapitulasi Pengujian Secara Parsial	116



DAFTAR GAMBAR

No	Teks	Halaman
2.2	Kerangka Pemikiran	41
3.1	Grafik Histogram	53

3.2 Grafik <i>Normal Probability Plots</i>	53
3.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	55
3.4 Kelas Interval Penilaian	57
3.5 Hubungan Antar Variabel	57
3.6 Uji Satu Pihak	65
4.1 Lambang <i>Kopitalis Coffee Bar</i>	67
4.2 Struktur Organisasi <i>Kopitalis Coffee Bar</i>	67
4.3 Bagian Depan <i>Kopitalis Coffee Bar</i>	75
4.3 Hasil Uji t Koefisien Regresi Variabel <i>Exterior (X1)</i>	113
4.4 Hasil Uji t Koefisien Regresi Variabel <i>General Interior (X2)</i>	114
4.5 Hasil Uji t Koefisien Regresi Variabel <i>Store Layout (X3)</i>	115
4.6 Hasil Uji t Koefisien Regresi Variabel <i>Interior Display (X4)</i>	116



DAFTAR LAMPIRAN

No	Teks	Halaman
1	Surat Permohonan Penelitian.....	122
2	Surat Penerimaan Penelitian.....	123
3	Kuesioner.....	124
4	Perhitungan Uji Validitas.....	128
5	Perhitungan Uji Reliabilitas.....	132
6	Perhitungan Uji Asumsi Klasik.....	134
7	Koefisien Korelasi.....	135
8	Suasana Pada <i>Kopitalis Coffee Bar</i>	136