

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul : Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap *Brand Image* Giggle Box Cafe & Resto Bandung 2012.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen Bisnis di Institut Manajemen Telkom. Selama penulisan skripsi ini, penulis telah mendapat bantuan dan perhatian yang besar dan tulus dari berbagai pihak, baik moral maupun materil. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Ibu Indira Rachmawati, ST, MSM selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Maya Ariyanti, Dr., SE., MM. dan Ibu Nurvita Trianasari, S.Si., M.Stat selaku penguji proposal skripsi, terimakasih atas koreksi, arahan dan nasehat untuk kebaikan penelitian ini.
3. Ibu Damayanti Octavia, SE., MM dan Bapak Muhammad Azhari, SE, MBA selaku penguji sidang skripsi, terimakasih atas koreksi, arahan dan nasehat untuk kebaikan penelitian ini.
4. Seluruh dosen di Institut Manajemen Telkom dan seluruh staf yang telah memberikan arahan, pengetahuan dan ilmu kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Musholien Harjono dan Ibu Eli Komariah, terimakasih atas semangat, motivasi, dan doa yang selalu mengiringi perjalanan dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Kedua Saudaraku, adik Rizka Rahmawati dan Hanifah Ratna Nabila, untuk semangat dan doanya.
7. Terimakasih teman-teman satu bimbingan Ucuy, Tias, Fajar, Didan yang selalu mensupport dan membantu penulis.
8. Terimakasih teman-teman kelas F 2008 yang membantu mencari solusi, memberi doa dan semangat Ana, Naia, Putra, Bayu P, Hileud, Aji, Mahe, Amel, Ijo, Nisya, Imas, Linda, Sandy, Bayu R, dll.
9. Seluruh Pihak yang tanpa mengurangi rasa hormat tidak dapat penulis sebutkan satu persatu atas bantuan dan dorongan selama penulisan skripsi.

Penulis menyadari adanya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini dan masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, saran serta kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Terima kasih.

Bandung, Oktober 2012

Penulis

DAFTAR ISI

COVERi
LEMBAR PENGESAHAN.....ii
KATA PENGANTAR.....iii
LEMBAR PERNYATAAN.....v
ABSTRAKvi
DAFTAR ISI.....vii
DAFTAR TABELxi
DAFTAR GAMBAR.....xii
DAFTAR LAMPIRANxiv
BAB I PENDAHULUAN.....1
1.1 Tinjauan Terhadap Objek Studi1
1.1.1 Profil Perusahaan.....1
1.1.2 Sejarah Pendirian Giggle Box Cafe & Resto.....1
1.1.3 Logo Perusahaan2
1.1.4 Struktur Organisasi.....2
1.1.5 Visi dan Misi Giggle Box Cafe & Resto.....2
A. Visi2
B. Misi.....2
1.1.6 Lokasi3
A. Setting Tempat3
B. Kapasitas Tempat4
1.2 Latar Belakang Masalah.....4
1.3 Rumusan Masalah.....11
1.4 Tujuan Penelitian11
1.5 Kegunaan Penelitian.....11

1.6	Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....		14
2.1	Tinjauan Pustaka Penelitian.....	14
2.1.1	Pengertian Ritel	14
2.1.2	Jenis-Jenis <i>Retailing</i>	15
2.1.3	Tipe Kepemilikan Eceran	18
2.1.4	<i>Retailing Mix</i>	18
2.1.5	Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	20
2.1.6	Elemen-Elemen <i>Store Atmosphere</i>	21
2.1.7	Pengertian <i>Brand</i>	26
2.1.8	<i>Brand Elements</i>	27
2.1.9	Pengertian <i>Brand Image</i>	28
2.1.10	Dimensi-Dimensi <i>Brand Image</i>	29
2.1.11	Faktor-Faktor yang Membangun Pencitraan Toko	30
2.1.12	Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	33
2.2	Penelitian Terdahulu	34
2.3	Kerangka Pemikiran	53
2.4	Hipotesis Penelitian.....	55
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	56
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		57
3.1	Jenis Penelitian	57
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	57
3.2.1	Variabel Operasional	57
3.2.2	Skala Pengukuran	59
3.3	Tahapan Penelitian	61
3.4	Populasi dan Sampel	63

3.4.1	Populasi63
3.4.2	Sampel63
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>64
3.5	Pengumpulan Data64
3.5.1	Sumber Data.....	..65
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	..65
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	..66
3.6.1.	Uji Validitas67
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	..70
3.7	Teknik Analisis Data.....	..71
3.7.1	Method of Successive Interval (MSI).....	..71
3.7.2	Analisis Jalur.....	..72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		..77
4.1	Karakteristik Responden77
4.1.1	Berdasarkan Jenis Kelamin77
4.1.2	Berdasarkan Usia.....	..78
4.1.3	Berdasarkan Pekerjaan.....	..79
4.1.4	Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	..80
4.1.5	Berdasarkan Jumlah Kunjungan Perbulan.....	..81
4.2	Pembahasan82
4.2.1	Pengaruh <i>Exterior</i> (X_1), <i>General Interior</i> (X_2), <i>Store Layout</i> (X_3), <i>Interior Display</i> (X_4) Secara Simultan Terhadap <i>Brand Image</i> Giggle Box Cafe & Resto82
4.2.2	Pengaruh <i>Exterior</i> (X_1), <i>General Interior</i> (X_2), <i>Store Layout</i> (X_3), <i>Interior Display</i> (X_4) Secara Parsial Terhadap <i>Brand Image</i> Giggle Box Cafe & Resto86
4.2.3	Analisis Korelasi90

4.2.4	Besar Pengaruh <i>Exterior</i> (X_1), <i>General Interior</i> (X_2), <i>Store Layout</i> (X_3), <i>Interior Display</i> (X_4) Terhadap <i>Brand Image</i> Giggle Box Cafe & Resto.....	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		99
5.1	Kesimpulan.....	99
5.2	Saran	99
5.2.1	Bagi Giggle Box Cafe & Resto	99
5.2.2	Bagi Penelitian Selanjutnya	100
DAFTAR PUSTAKA		101
LAMPIRAN		107

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Yang Mengetahui Giggle Box Cafe & Resto	10
Tabel 1.2 Cafe yang Paling Terkenal di Jl. Progo.....	10
Tabel 2.1 Faktor-Faktor yang Membangun Pencitraan Toko	30
Tabel 2.2 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1 Operasional Variabel	58
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas	68
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel 4.1 Hasil Uji R	84
Tabel 4.2 Hasil Uji F	85
Tabel 4.3 Hasil Uji t	87
Tabel 4.4 Hasil Uji Korelasi	90
Tabel 4.5 Pengaruh X_1 X_2 X_3 X_4 Terhadap Y	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Giggle Box Cafe & Resto2
Gambar 1.2 Struktur Organisasi2
Gambar 1.3 Rating Giggle Box Cafe & Resto.....	..6
Gambar 1.4 Interior Giggle Box Cafe & Resto7
Gambar 2.1 <i>Retailing Mix</i>19
Gambar 2.2 <i>The Elements of Atmosphere</i>21
Gambar 2.3 Kerangka Penelitian54
Gambar 2.4 Paradigma Penelitian.....	..55
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian.....	..61
Gambar 3.2 Diagram Analisis Jalur73
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin77
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	..78
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	..79
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan..	..80
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan Perbulan81

Gambar 4.6 Diagram Analisis Jalur83
Gambar 4.7 Distribusi t, Penolakan atau Penerimaan H_089
Gambar 4.8 Diagram Jalur Dalam Nilai t Dan Nilai Beta93

DAFTAR LAMPIRAN

A. Hasil Wawancara.....	108
B. Kuesioner.....	111
C. Hasil Uji Reliabilitas dan Uji Validitas (30 Sampel).....	116
D. Tabulasi Data Kuesioner.....	119
E. Method Of Successive Interval (MSI)	139