

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas ridho dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mirota Batik Cabang Malioboro Yogyakarta”.

Penulis mendapat banyak dukungan dan dorongan dalam penelitian ini yang memacu semangat penulis untuk menyelesaikan penelitian ini dengan benar dan tepat waktu, untuk itu perkenankan penulis untuk mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua Bapak R. Agus Nur Widayadi dan Ibu Siti Marfuah, S.Pd atas semua dukungan, kasih sayang dan pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis.
2. Kakak-kakak tercinta Rr. Dian Kirena Setianingrum, S.S dan R. Irfa Rais Yoga Swara, A.Md atas doa, dukungan dan kasih sayangnya.
3. Bapak Jafar Sembiring, Dr., M.Ed. M selaku Dekan Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Ibu Ade Irma Susanty, Dr, S.E., MM selaku Wakil Dekan I Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Ibu Ida Nurnida Relawan, Dra., MM selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom.
4. Ibu Hendrati Dwi Mulyaningsih, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah senantiasa meluangkan waktu, memberikan motivasi, saran, kritikan dan solusi yang bermanfaat bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Ibu Putu Nina Madiawati, ST., MT, Ibu Ai Lili Yuliati, Dra., MM dan Bapak Aditya Wardhana SE., M.Si., MM selaku dosen penguji seminar proposal dan sidang skripsi yang turut memberikan bimbingan, saran dan kritikan demi kesempurnaan tugas akhir ini.

6. Bapak Dhanas dan seluruh karyawan Mirota Batik Cabang Malioboro Yogyakarta yang telah membantu penulis dalam memperoleh data perusahaan dan memberikan kesempatan untuk menyebarkan kuesioner.
7. Seluruh dosen program studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah 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.
8. Sukiansyah Wahyu Ramadhan yang selalu memberikan bantuan, doa, dukungan serta motivasi untuk menyelesaikan kuliah.
9. Meita Fitriawanati, atas bantuan bimbingan yang luar biasa.
10. *Kostmate* Pitaloka, Putriana, Gadistya, Erlita, Melia, terimakasih atas dua tahun yang luar biasa ini.
11. Eccy, Suci, Penti, Bela, Fitri, Rahma, dan semua teman-teman di kelas Adbis C 2010, terimakasih atas semua waktu yang kita lalui. Sukses untuk kita semua.
12. Pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan doa, dukungan, bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini tanpa mengurangi rasa hormat penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kesempurnaan, baik dalam teknik penulisan, struktur bahasa, ataupun persepsi ilmiah. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Penulis juga berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi diri penulis khususnya dan bagi semua pihak.

Bandung, September 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	1
1.1.3 Struktur Organisasi	2
1.1.4 Produk dan Layanan	3
1.1.5 Strategi Bisnis.....	3
1.1.6 Pengembangan Usaha.....	4
1.2. Latar Belakang Penelitian.....	4
1.3. Perumusan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Kegunaan Penelitian	8
1.6. Sistematika Penulisan	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Pengertian Ritel.....	11
2.1.3 Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	15
2.1.4 Elemen-Elemen <i>Store Atmosphere</i>	17
2.1.5 Keputusan Pembelian Konsumen	22
2.1.6 Hubungan <i>Store Atmosphere</i> dengan Keputusan Pembelian Konsumen	25
2.2. Penelitian Terdahulu	25
2.3. Kerangka Pemikiran.....	38
2.4. Hipotesis Penelitian	40
2.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	40

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	45
3.2. Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	45
3.2.1. Variabel Operasional	45
3.2.2. Skala Pengukuran	49
3.3 Tahapan Penelitian.....	50
3.4 Populasi dan Sampel	51
3.4.1. Populasi.....	51
3.4.2. Sampel	52
3.5 Pengumpulan Data	53
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	54
3.6.1. Uji Validitas	54
3.6.2. Uji Reliabilitas	57
3.7 Teknik Analisis Data.....	59
3.7.1 Analisis Deskriptif	59
3.7.2 Method Successive Interval.....	61

3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	62
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	63
3.7.5 Uji Signifikansi Simultan (uji F)	64
3.7.6 Uji Signifikansi Parsial (uji t)	66
3.7.7 Koefisien Korelasi	68
3.7.8 Koefisien Determinasi (R^2).....	69

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Identitas Responden	70
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	71
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	72
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan PerBulan.....	73
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran PerBulan	73
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Responden Mengetahui Mirota Batik Cabang Malioboro Yogyakarta.....	74
4.1.7 Karakteristik Berdasarkan Alasan Responden.....	75
4.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Metode Pembayaran.....	76
4.2. Analisis Deskriptif	76
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Exterior</i> (X1)	76
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>General Interior</i> (X2).78	
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Store Layout</i> (X3).....	80
4.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Interior Display</i> (X4)...81	
4.2.5 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian(Y)	84
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	50
4.3.1 Uji Normalitas.....	86
4.3.2 Uji Heteroskedastisitas	88
4.2.3 Uji Multikolinearitas.....	89
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda	90
4.5 Pengujian Hipotesis	93
4.5.1. Uji Simultan.....	94

4.5.2. Uji Parsial	57
4.6 Hasil Uji Koefisien Korelasi	97
4.7 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	101
5.2. Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1Jumlah Pengunjung dan Penjualan Mirota Batik Tahun 2014.....	7
Tabel 2.1 Skripsi-skripsi Terdahulu.....	26
Tabel 2.2 Resume Literatur Jurnal Nasional.....	30
Tabel 2.3 Resume Literatur Jurnal Internasional	34
Tabel 3.1 Variabel Operasional	47
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas	56
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 3.4 Kategori Persentase.....	60
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Mengenai <i>Exterior</i> (X1)	77
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>General Interior</i> (X2).....	78
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai <i>Store Layout</i> (X3).....	80
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai <i>Interior (P.O.P) Display</i> (X4)	82
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Store Atmosphere</i> Keseluruhan	83
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	84
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov Smirnov)	87
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	90
Tabel 4.9 Variables Entered/Removed	91
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	91
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	94
Tabel 4.12 Hasil Uji t.....	95
Tabel 4.13 Korelasi	97
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Struktur Organisasi Mirota Batik Yogyakarta.....	2
Gambar 1.2	Jumlah Wisatawan	5
Gambar 2.1	<i>The Elements of Atmosphere</i>	16
Gambar 2.2	Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	24
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran	40
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian	51
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	71
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	72
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan PerBulan	73
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	73
Gambar 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Responden Mengetahui Mirota Batik Cabang Malioboro Yogyakarta	74
Gambar 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Responden	75
Gambar 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Metode Pembayaran	76
Gambar 4.9	Garis Kontinum Responden Terhadap <i>Exterior</i> (X1)	78
Gambar 4.10	Garis Kontinum Responden Terhadap <i>General Interior</i> (X2)	80
Gambar 4.11	Garis Kontinum Responden Terhadap <i>Store Layout</i> (X3)	81
Gambar 4.12	Garis Kontinum Responden Terhadap <i>Interior Display</i> (X4).....	83
Gambar 4.13	Garis Kontinum Responden Terhadap <i>Store Atmosphere</i>	84
Gambar 4.14	Garis Kontinum Responden Terhadap Keputusan Pembelian	85
Gambar 4.15	Histogram	86
Gambar 4.16	Grafik Normal P-P plot	87
Gambar 4.17	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	89

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Hasil Uji Validitas Variabel *Store Atmosphere* dan variabel Keputusan pembelian
- Lampiran 3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik