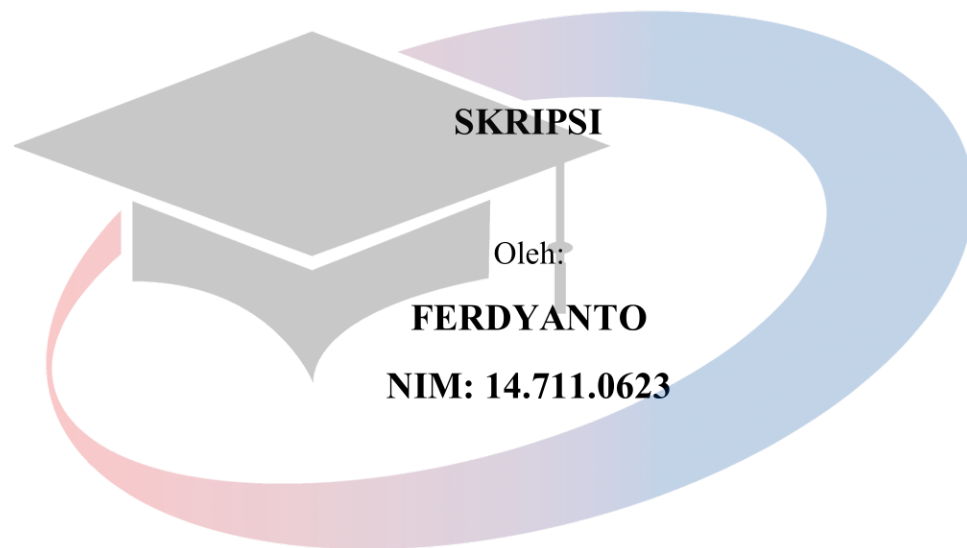


**ANALISIS PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
BRASTAGI SUPERMARKET JL. CUT MEUTIA NO. 1
MEDAN**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MIKROSKIL
MEDAN
2018**

**ANALYSING THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE
AND LOCATION TOWARD CONSUMER BUYING
DECISION AT BRASTAGI SUPERMARKET
JL. CUT MEUTIA NO. 1 MEDAN**

FINAL RESEARCH

By:

FERDYANTO

Student Number : 14.711.0623



STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

MIKROSKIL

MEDAN

2018

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
BRASTAGI SUPERMARKET JL. CUT MEUTIA NO. 1
MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh :

FERDYANTO

NIM : 14.711.0623

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I,


(Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M.)

Medan, 6 Agustus 2018

Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi
Manajemen,


(Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M.)



LEMBARAN PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen STIE-Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

Nama : Ferdyanto
NIM : 14.711.0623
Peminatan : Manajemen Bisnis

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir: Analisis Pengaruh *Store Atmosphere* dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Brastagi Supermarket Jl. Cut Meutia No. 1 Medan

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip dan maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakan (membuatnya), maka saya bersedia kemudian dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh STIE Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada STIE Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, STIE Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak, dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel, dan buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 6 Agustus 2018
Saya yang membuat pernyataan



(Ferdyanto)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Store Atmosphere* dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Brastagi Supermarket Jl. Cut Meutia No. 1 Medan, baik secara simultan maupun parsial. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen Brastagi Supermarket Medan. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode insidental *sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 384 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial, *Store Exterior*, *General Interior*, *Store Layout*, *Interior Display* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, sedangkan Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Secara simultan, *Store Exterior*, *General Interior*, *Store Layout*, *Interior Display* dan Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,190 atau 19% yang berarti bahwa variabel *Store Exterior*, *General Interior*, *Store Layout*, *Interior Display* dan Lokasi memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Brastagi Supermarket Jl. Cut Meutia No. 1 Medan, sedangkan sisanya 81% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Store Exterior*, *General Interior*, *Store Layout*, *Lokasi*, *Keputusan Pembelian Konsumen*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This research aims to determine The Influence of Store Atmosphere and Location Toward Consumer Buying Decision at Brastagi Supermarket Jl. Cut Meutia No.1 Medan, either simultaneously or partially. The type of this research used is descriptive quantitative research. The population of this research is all of Brastagi Supermarket consumers in Medan. The sampling method used is incidental sampling method with total samples of 384 respondents. Data analysis method is linear regression analysis. Based on the result of the research, partially, Store Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Display have no influence on Consumer Buying Decision, while Location has influence on Consumer Buying Decision. Simultaneously, Store Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Display and Location have an influence on Consumer Buying Decision. Adjusted R Square value is 0,190 or 19% it means that variable Store Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Display and Location have an influence on Consumer Buying Decision at Brastagi Supermarket Jl. Cut Meutia No. 1 Medan, while the remaining 81% explained by other variable that's not examined in this research.

Keywords: *Store Exterior, General Interior, Store Layout, Location, Consumer Buying Decision*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat kemurahannya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Analisis Pengaruh *Store Atmosphere* dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Brastagi Supermarket Jl. Cut Meutia No. 1 Medan”. Yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini, saya dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I dan sekaligus Ketua Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini terselesaikan.
2. Ibu Maggee Senata, S.E., M.Si. selaku Dosen Pendamping dan sekaligus Sekretaris Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini terselesaikan.
3. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M., selaku Ketua STIE Mikroskil Medan.
4. Bapak Djoni, S.Kom., M.T.I., selaku Wakil Ketua I STMIK-STIE Mikroskil Medan.
5. Bapak Paulus, S.Kom., M.T., selaku Wakil Ketua II STMIK-STIE Mikroskil Medan.
6. Bapak Saliman, S.T., selaku Wakil Ketua III STMIK-STIE Mikroskil Medan.
7. Dosen STIE Mikroskil yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
8. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penuh dibagikan, terima kasih atas kerja samanya.

9. Orang tua penulis, Bapak Selamat Riady dan Ibu Lie Yung yang memberikan doa, dukungan dan kasih sayang serta perhatian dan selalu memberikan penulis dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
10. Sahabat penulis Chan Dywijaya, Rudi yang memberikan doa, dukungan motivasi dan saran kepada penulis.
11. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan, 6 Agustus 2018

Penulis,

UNIVERSITAS (Ferdyanto)
MIKROSKIL

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan.....	4
1.5 Manfaat.....	4
1.6 Originalitas	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Pemasaran.....	6
2.1.2 Ritel.....	7
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	16
2.1.4 Keputusan Pembelian	19
2.1.5 <i>Store Atmosphere</i>	21
2.1.6 <i>Store Exterior</i>	21
2.1.7 <i>General Interior</i>	24
2.1.8 <i>Store Layout</i>	28
2.1.9 <i>Interior Display</i>	30
2.1.10 Lokasi.....	31
2.2 Review Penelitian Terdahulu	32
2.3 Kerangka/Model Konseptual.....	38
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Jenis penelitian	45
3.2 Objek penelitian.....	45
3.3 Populasi dan Sampel.....	45
3.4 Metode Pengumpulan Data	46
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	47
3.6 Metode Analisis Data	50
3.6.1 Statistik Deskriptif	50
3.6.2 Pengujian Kualitas Data.....	50
3.6.3 Pengujian Asumsi Klasik.....	51
3.6.4 Pengujian Hipotesis	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Hasil Penelitian.....	57
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	57
4.1.2 Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	61
4.1.3 Gambaran Umum Responden.....	62
4.1.4 Hasil Statistik Deskriptif.....	63
4.1.5 Hasil Uji Kualitas Data.....	69
4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	75
4.1.7 Hasil Uji Hipotesis.....	81
4.2 Pembahasan.....	83
4.2.1 Pengaruh <i>Store Exterior</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	83
4.2.2 Pengaruh <i>General Interior</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen....	84
4.2.3 Pengaruh <i>Store Layout</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	85
4.2.4 Pengaruh <i>Interior Display</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	86
4.2.5 Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	87
4.2.6 Pengaruh <i>Store Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Display,</i> Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	91

LAMPIRAN.....	93
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	200



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Skala Likert	47
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	48
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responen Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responen Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4.4 Karakteristik Responen Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responen Terhadap Variabel Store Exterior	64
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responen Terhadap Variabel General Interior.....	65
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responen Terhadap Variabel Store Layout.....	66
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responen Terhadap Variabel Interior Display	67
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responen Terhadap Variabel Lokasi.....	68
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responen Terhadap Variabel Keputusan Pembelian Konsumen	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	77
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas	77
Tabel 4.15 Hasil Uji Glejser.....	79
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	79
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis Uji Parsial (Uji-t).....	81
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji-F)	82
Tabel 4.19 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	40
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	59
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram	75
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Normal P-P Plot	76
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	100
Lampiran 3 Hasil Uji Statistik.....	165



UNIVERSITAS MIKROSKIL