

**PENGARUH ATMOSFER TOKO (*STORE ATMOSPHERE*)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Toko Buku Togamas Cabang Malang)**

SKRIPSI

Oleh

**NUR HAQQUL LATHIFAH
NIM : 07510102**



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2012**

**PENGARUH ATMOSFER TOKO (*STORE ATMOSPHERE*)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Toko Buku Togamas Cabang Malang)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada :
Universitas Islam Negeri
Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh

**NUR HAQQUL LATHIFAH
NIM : 07510102**



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2012**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH ATMOSFER TOKO (*STORE ATMOSPHERE*)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Toko Buku Togamas Cabang Malang)**

Oleh

NUR HAQQUL LATHIFAH
NIM : 07510102

Telah Disetujui 02 Januari 2012

Dosen Pembimbing,

Irmayanti Hasan, ST., MM
NIP 19770506 200312 2 001

Mengetahui :
Ketua Jurusan,

Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si
NIP 19720212 200312 1 003

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH ATMOSFER TOKO (*STORE ATMOSPHERE*)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Toko Buku Togamas Cabang Malang)

SKRIPSI

Oleh

NUR HAQQUL LATHIFAH
NIM : 07510102

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 12 Januari 2012

Susunan Dewan Penguji	Tanda Tangan
1. Ketua Penguji Dr. Ir. H. Masyhuri, MP	:()
2. Sekretaris (Pembimbing) <u>Irmayanti Hasan, ST., MM</u> NIP 19770506 200312 2 001	:()
3. Penguji Utama <u>Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag</u> NIP 197111211 199903 1 003	:()

Disahkan oleh:

Ketua Jurusan,

Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE., M. Si

NIP 19720212 200312 1 003

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini saya:

Nama : Nur Haqqul Lathifah
NIM : 07510102
Alamat : Jl Raya Klakah No.68 Klakah-Lumajang

Menyatakan bahwa “**skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGARUH ATMOSFER TOKO (*STORE ATMOSPHERE*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Toko Buku Togamas Cabang Malang)

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 02 Januari 2012

Hormat Saya,

Nur Haqqul Lathifah

NIM : 07510102

PERSEMBAHAN

Teriring doa dan rasa syukur kepada Allah SWT,

Ku persembahkan karya ini kepada:

Ibunda Titik Maria dan Imam Surawan, yang telah membimbing dan memberi cinta kasih setulus hati selama ini.

Kakak dan adikku tersayang mas Hapis dan adek Nisa' dan seluruh keluarga besarku yang senantiasa memberi motivasi untuk selalu semangat dan terus maju.

Semoga Allah yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang selalu mengiringi mereka.

Amin.

MOTTO

Bila kita menginginkan sesuatu yang belum pernah kita raih, maka lakukanlah sesuatu yang belum pernah kita lakukan.

“Jenius adalah 1% inspirasi dan 99% keringat. Tidak ada yang dapat menggantikan kerja keras. Keberuntungan adalah sesuatu yang terjadi ketika kesempatan bertemu dengan kesiapan”

(Thomas Alva Edison)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul : “Pengaruh Atmosfer Toko (*Store Atmosphere*) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Buku Togamas Cabang Malang)” dengan tepat waktu.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mendapat bantuan, bimbingan, saran dan kritik serta pengarahan dari banyak pihak, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai waktu yang ditentukan. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Suprayogo selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. HA. Muhtadi Ridwan, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
4. Irmayanti Hasan, ST., MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak member arahan dan memotivasi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Mbak Wewe, selaku humas yang telah member izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian skripsi di Toko Buku Togamas Cabang Malang.
6. Untuk kedua orang tuaku terkasih, Ibu dan Ayah yang selalu mendoakan serta member dorongan untuk keberhasilan ananda, Semoga Rahmat Allah selalu mengiringi mereka. Amin.
7. Kakak dan adikku tersayang, Mas Hapis dan Adek Nisa’.
8. Teman-teman seperjuanganku di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
9. Serta semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, namun telah memberikan banyak dukungan atas penyelesaian laporan ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kelemahan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan waktu, kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Saran dan kritik

yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan penulisan ini selanjutnya.

Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberi manfaat, khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya. Amin.

Malang, 02 Januari 2012

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Kegunaan Penelitian	4
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	6
2.2 Kajian Pustaka	10
2.2.1 Atmosfer Toko.....	10
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	21
2.2.3 Proses Keputusan Pembelian.....	25
2.3 Kerangka Berfikir	32
2.4 Hipotesis Penelitian	33
BAB III : METODE PENELITIAN	
3.1. Lokasi Penelitian	35
3.2. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian	35
3.3. Populasi dan Sampel.....	35
3.4. Sumber Data	37
3.5. Teknik Pengumpulan Data	37
3.6. Instrumen Pengumpulan Data	38
3.7. Definisi Operasional Variabel	39
3.8. Uji Instrumen.....	41
3.9. Pengujian Asumsi Klasik	42

3.10. Metode Analisis Data	44
3.11. Pengujian Hipotesis	45
BAB IV : PAPARAN DAN PEMBAHASAN DATA HASIL PENELITIAN	
4.1 Paparan Data Hasil Penelitian	47
4.1.1. Lokasi Penelitian	47
4.1.2. Sejarah Singkat Toko Buku Togamas	47
4.1.3. Visi dan Misi Toko Buku Togamas.....	48
4.1.4. Produk dan Layanan Toko Buku Togamas	48
4.1.5. Volume Penjualan Pada Toko Buku Togamas	49
4.1.6. Karakteristik Responden.....	49
4.2. Pembahasan Data Hasil Penelitian	52
4.2.1. Distribusi Variabel.....	53
4.2.2. Analisa Data	58
4.2.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	58
4.2.2.2. Uji Asumsi Klasik.....	60
4.2.2.3. Analisis Regresi Linier Berganda	62
4.2.2.4. Uji Hipotesis	64
4.2.2.5. Koefisien Determinasi (R^2).....	66
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	67
4.3.1. Pembahasan Variabel Tiap-Tiap Indikator	67
4.3.2. Variabel –Variabel Secara Keseluruhan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Simultan.....	68
4.3.3. Implementasi dan Pembahasan Hasil Penelitian dalam Perspektif Islam.....	68
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	71
5.2. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	: Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	5
Tabel 2.2	: Jenis Perilaku Pembelian Menurut Henry Asael.....	21
Tabel 3.1	: Variabel, Indikator dan Item.....	40
Tabel 4.1	: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.2	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.3	: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	50
Tabel 4.4	: Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4.5	: Variabel desain.....	52
Tabel 4.6	: Variabel Sosial.....	54
Tabel 4.7	: Variabel Ambien.....	55
Tabel 4.8	: Variabel Keputusan.....	56
Tabel 4.9	: Uji Validitas dan Uji Reliabilitas X.1 (Desain).....	58
Tabel 4.10	: Uji Validitas dan Uji Reliabilitas X.2 (Sosial).....	58
Tabel 4.11	: Uji Validitas dan Uji Reliabilitas X.3 (Ambien).....	58
Tabel 4.12	: Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Y (Keputusan).....	58
Tabel 4.13	: Uji Normalitas.....	59
Tabel 4.14	: Uji Autokorelasi.....	61
Tabel 4.15	: Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Berganda.....	62
Tabel 4.16	: Uji Hipotesis.....	64
Tabel 4.16	: Nilai <i>Standart Coefficients</i> tiap Variabel.....	65
Tabel 4.17	: Model Summary.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Tahap-tahapPengambilanKeputusan.....	22
Gambar 2.2: Tahap-tahapPengambilanKeputusanPembelianKonsumen.....	22
Gambar 2.3: Proses PengambilanKeputusanPembelian	23
Gambar 2.4: Tahap-TahapPengambilanKeputusanKonsumen	23
Gambar 2.5: Model Kerangka Pikir Peneliti	26
Gambar 2.6: UjiNormalitas.....	60

ABSTRAK

**Lathifah, Nur Haqqul, 2011 SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Atmosfer Toko
(Store Atmosphere) Terhadap Keputusan Pembelian
Konsumen (Studi pada Toko Buku Togamas Cabang
Malang)”**

Pembimbing : Irmayanti Hasan, ST.,MM

Kata Kunci : Atmosfer Toko, Keputusan Pembelian

Untuk dapat menarik konsumen agar melakukan pembelian, salah satunya dapat dilakukan dengan kreatifitas penciptaan suasana (*Atmosphere*) yang menyenangkan dan menarik di dalam toko, karena dewasa ini ada kecenderungan berubahnya motif seseorang untuk berbelanja, dimana kegiatan berbelanja tidak hanya sebagai kegiatan fungsional untuk membeli barang kebutuhans aja, tetapi juga kegiatan untuk rekreasi, hiburan atau hanya untuk pelepas stress. Artinya, saat konsumen masuk ke sebuah toko, mereka tidak hanya memberikan penilaian terhadap produk yang ditawarkan retailer tetapi juga akan memberikan penilaian terhadap kreatifitas penciptaan suasana pada toko tersebut.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, Dalam penelitian ini, analisis data menggunakan model regresi linier berganda. Sebelum melakukan analisis regresi, maka harus dilakukan uji validitas dan reliabilitas normalitas data dan uji asumsi klasik, baik itu multikolinearitas dan autokorelasi, sehingga bisa mendapatkan nilai yang baik.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa untuk variabel X1 yaitu faktor desain pada toko buku Togamas Cabang Malang secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi variabel X1 berupa faktor desain bernilai 0.046 ($>0,05$). Sedangkan untuk variabel X2 yaitu faktor sosial pada toko buku Togamas Cabang Malang secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dilihat dari nilai signifikansi faktor sosial (X2) bernilai 0,000 ($< 0,05$). Untuk variabel X3 yaitu faktor ambien pada toko buku Togamas Cabang Malang secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dilihat dari nilai signifikansi X3 bernilai 0,037 ($< 0,05$). Untuk variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian diantara variabel desain, sosial dan ambien adalah variabel sosial. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi variabel sosial (X2) bernilai paling kecil diantara variabel lainnya, yaitu sebesar 0,000.

ABSTRACT

Lathifah, NurHaqqul, 2011 THESIS. Title: "The Effect Store Atmosphere Towards The Consumer Purchase Decision (Studies in Togamas Book Store Malang Branch)"

Advisor: IrmayantiHasan, ST., MM

Keywords: Store Atmosphere, Purchase Decision

To be able to attract customers to make purchases, one of which can be done by creating a fun and an exciting atmosphere in then store, because today there is a trend change in person's motives for shopping, where shopping activities are not only as functional activities to purchase goods, but also for recreational activities, entertainment or just to release stress. That is, when consumers go into a store, they not only provide an assessment of the products offered by retailers but will also provide an assessment of creativity in the creation of atmosphere in the store.

This type of research is quantitative, In this study, data analysis uses multiple linear regression model. Before conducting the regression analysis, it must be tested the validity and reliability of data normality and classic assumptions test, both multicollinearity and autocorrelation, so that it can get a good grade.

Based on the results of research that has been done, it shows that for the variable X1 that is a factor in the design of Togamas Book Store Malang branch partially has a significant influence on purchase decisions. It can be seen from the value of the variable significance of design factors X1 0046 value (> 0.05). While for the variable X2 is the social factor in of Togamas bookstore Malang Branch partially have significant effect on purchasing decisions. It is seen from the significance of social factors (X2) value 0.000 (< 0.05). For the X3 variable ambient factors in significance Togamas bookstore partially significant effect on purchasing decisions. It is seen from the value of X3 is worth 0.037 (< 0.05). For the most dominant variable on purchasing decisions among design, social and ambient variable the social variables. This is indicated by the significance value of social variables (X2) wich has the smallest value among other variables, that is equal to 0.000.

المستخلص

اللطفية، نور حقّ. 2012، البحث الجا معي. الموضوع: تأثير المناخ الجوى (Store Atmosphere) في قرار شراء المستهلكين (دراسة في المكتب Togamas).
المشرفة: إيرما يانتي حسن، المحسرة
الكلمات الرئيسية: المناخ الجوى للمكتب, قرار الشراء.

لتكون قادرة على جذب الزبائن ما يكفي لجعل عمليات الشراء, واحدة منها يمكن ان يتم من خلال خلق من الإبداع (الغلاف من الجوى) ومنتعة وإثارة في متحرر, لأنه اليوم هناك الإتجاه في دوافع الشجص للتسوق, حيث للتسوق الأنشطة ليس فقد كمشاط وظيفة لشراء السلع الحاجة الكتب, ولكن للإنشطة الترفيهيه, والترفيه, او مجرد إطلاق سراح التوتر. وهذا هو, عندما تذهب للمستهلكين في متحرر, فإنها لا تواتر فقط وتقييم المنتجات المقدمة من قبل تجار التجزئة ولكنه سيوفر أيضا تقييما للإبداع في خلق جو في مخزن. واما نوع البحث الذي يبحث الباحث هو المكية, وفي هذه الدراسة, وتحليل البيانات نموذج الانحدار الخطي متعددة. قبل تنفيذ تحليل الانحدار, لا بد من اختباره من صحة وموثوقية البيانات وطبيعتها إختبار الفترات الكلاسيكية, سواء وترابط تلقائي, بحيث يمكن الحصول على درجة جيدة.

بناء على نتائج البحوث التي تم القيام به, وتبين ان ل1x هو عامل متغير في تصميم مكتبة Togamas جزئيا مالانج فرع له تأثير كبير على قرارات الشراء يمكن أن ينظر إليه من قيمة أهمية متغير من عوامل التصميم القيمة 0.0046 (> 0.05) x1 اما بالنسبة لل x2 المتغير هو العامل الإجتماعي في مكتبة Togamas مالانج, فرع تأثير كبير جزئيا على قرارات الشراء. ويتضح من أهمية العوامل الإجتماعية (x2) قيمة 0,000 (< 0.05) للعوامل المحيطة x3 المتغير في مكتبة Togamas مالانج فرع تأثير كبير جزئيا على قرارات الشراء. ويتضح من قيمة x3 يستحق 0.037 الدلالة. (< 0.05) للمتغيرات السائدة في معظم قرارات الشراء بين متغيرات تصميم والإجتماعية والبيئة المحيطة والمتغيراتالإجتماعية. وبدلً على ذلك من أهمية المتغيرات الإجتماعية x2 أصغر قيمة بين المتغيراتالأخرى, والتي تساوي 0,000.