

**PENGARUH STRTEGI *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI WARUNG
UNYIL *COFFEE* MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri

Maulana Malik Ibrahim Malang

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

MOHAMMAD ADIB ZEN FIRDAUS

NIM: 09510135

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

2014

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH STRTEGI *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI WARUNG
UNYIL *COFFEE* MALANG

SKRIPSI

Oleh
MOHAMMAD ADIB ZEN FIRDAUS
NIM: 09510135

Telah Disetujui 28 Maret 2013
Dosen Pembimbing,

Yayuk Sri Rahayu, SE., MM
NIP 197708262008012011

Mengetahui:
Ketua Jurusan,

Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei
NIP 197507072200501 1 005

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH STRTEGI *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI WARUNG
UNYIL *COFFEE* MALANG

Oleh

MOHAMMAD ADIB ZEN FIRDAUS

NIM: 09510135

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji dan Dinyatakan Diterima Sebagai

Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Pada 11 April 2014

Susunan Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Ketua

Irmayanti Hasan, ST., MM

NIP 19720212 200312 1 003

:

()

2. Sekertaris/ Pembimbing

Yayuk Sri Rahayu, SE., MM.

NIP 19770826 200801 2 011

:

()

3. Penguji Utama

Dr. H. Nur Asnawi, MA.

NIP 19711211 199903 1 003

:

()

Mengetahui:

Ketua Jurusan,

Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei

NIP 197507072200501 1 005

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini saya :

Nama : Mohammad Adib Zen Firdaus
NIM : 09510135
Alamat : Ds. Kanugrahan - Kec. Maduran - Kab. Lamongan

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

"PENGARUH STRATEGI STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI WARUNG UNYIL COFFEE MALANG"

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan "**duplikasi**" dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian 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, 28 Maret 2014

Hormat saya,

Mohammad Adib Zen Firdaus
NIM: 09510135

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati, hasil kerja keras ini ku persembahkan khusus kepada:

Ayah Ibuku tercinta:

Bapak Markhasan dan Ibu Alfiyah yang tak lelah memberikan semuanya kepadaku mulai dari membasarkanku, mendo'akanku, memberiku kasih sayang tanpa batas dan tak pernah lelah mendengar semua keluhku. Ini tak akan berarti tanpa semua yang telah panjenengan berikan untuk hidup dan masa depanku.

Mas dan Adikku:

Fajar Ahmad AS dan Lusy Aini Avrilia

Kakek dan Nenekku:

mbah: Alm. H. Zaini dan Almh. Hj. Sulastri

Mbah: Alm. Ngaseli dan Emak Muslikah

Paklek dan Bulekku:

Mak Sus, Paklek ju, Mbak Sri, Palek Har, Bek Tik, Palek To, Palek Mu, Bek As, Bek Kes, Palek Man, Bek Wit Dll

Saudara-saudara misananku:

Sipak, Ulhaq, Nanda, Reza, Risky, Bella, Mita, Dll

Seluruh keluargaku, yang telah memberikan dukungan kepadaku melalui do'a dan nasihat serta motivasi.

Sahabat-sahabatku di Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII)

Rayon Ekonomi "Moch. Hatta"

Sahabat-sahabatku angkatan 2009 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang

Semoga Allah SWT selalu meridhhoi kalian semua... Amin.....

Motto Hidup

"Selalu menerima tantangan sangat penting karena menghindarkan kita dari kepuasan sehingga kita selalu berusaha lebih baik dan lebih baik lagi."

(Sir Alex Ferguson: Best Football Manager in the World)

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Hamdan Musytaqin wa al Muhibbin, semoga Allah senantiasa melimpahkan rahman dan rohim-Nya kepada kita semua sehingga hati kita senantiasa berbalut cinta dan rindu-Nya. Amiin. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada *afdlolul kholqi hubban wa isytiyaqon*, baginda nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat dan pengikutnya sampai akhir zaman.

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala Rahmad, Taufiq dan Hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Penelitian. Sholawat serta salam senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menunjukkan jalan yang di ridhai Allah SWT dan semoga kita mendapatkan syafa'at dari beliau kelak. Amin

Keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Sc, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei, selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Islam negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

4. Yayuk Sri Rahayu, SE., MM, selaku dosen pembimbing yang telah memberi motivasi, masukan dan pengarahan dengan sabar sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak Siswanto, SE., M.Si, selaku dosen wali yang selalu memberi pantauan dan bimbingan selama kuliah dengan penuh kesabaran.
6. Seluruh jajaran Dosen FE UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terimakasih atas ilmu yang telah di berikan khususnya yang terlibat dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu tercinta dan seluruh keluarga yang telah memberi dukungan dan memotivasi untuk selalu semangat dan terus belajar dengan penuh keihlasan.
8. Saudara-saudaraku di KONTRESS: Asep, Pesek, Jalal, Chusni, Yoko, Olga, Kawul, Robet, Musleh, Mawardi, Tompel, brongki, wakman, solet, kampret serta sahabat-sahabat kontrakan lain Lutpi, Ajib, Ucup, Sumanto, Nyongot, Sempet, Deblenk, Tajol, Kunam, Caceng, Ndud, Ratu, Diah, Ela, dan semua sahabat-sahabatku angkatan 2009 yang tidak bisa saya sebutkan semua terimakasih atas canda tawanya, dukungan serta motivasi dan bantuan-bantuan yang telah kalian berikan.
9. Teman-teman di kampung aris teguh din terima kasih dukungan serta motivasinya, dan selalu menemani saat ku pulang kampung.
10. Seluruh karyawan serta pemilik warung Unyil *Coffee* terima kasih telah menjadi inspirasi untuk penelitian ini, serta para pengunjung unyil *coffee* yang telah membantu dalam penelitian ini.

11. Sahabat-sahabat di PMII Rayon Ekonomi “Moch. Hatta” terimakasih atas pengalaman yang tidak ternilai harganya.
12. Khusus rasa terima kasih saya ucapkan kepada Sir Alex Ferguson dengan Manchester United nya, yang telah menginspirasi dan memberikan semangat di setiap kegiatan saya

Dan akhirnya kalau ada sesuatu yang kurang berkenang sehubungan sengan penyelesaian skripsi ini dengan segala keterbatasan pengetahuan. Dengan rasa hormat penulis meminta maaf yang sebesar-besarnya. Sehingga saran dan kritik untuk perbaikan selalu penulis perlukan. Dan semoga karya ini bisa bermanfaat bagi pembaca dan yang membutuhkannya. Amin.

Wallohulmuwafiq illa aqwamittoriq

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Peneliti

Mohammad Adib Zen Firdaus

2.4 Kerangka Berfikir	36
2.5 Hipotesis	39
BAB III	
METODE PENELITIAN	40
3.1. Lokasi Penelitian	40
3.2. Jenis dan Pendekatan Penelitian	40
3.3. Populasi dan Sampel	41
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	42
3.5. Data Dan Jenis Data	42
3.5.1. Data primer	42
3.5.2. Data sekunder	43
3.6. Teknik Pengumpulan Data	43
3.7. Definisi Operasional dan Skala Pengukuran	44
3.8. Uji Instrumen	47
3.9. Metode Analisis Data	50
3.9.1. Regresi Linier Berganda	50
3.9.2. Uji Asumsi Klasik	50
3.10. Uji Hipotesis	55
BAB IV	
PAPARAN DAN PEMBAHASAN DATA HASIL PENELITIAN.....	58
4.1. Paparan Data Hasil Penelitian	58
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.1.2. Gambaran Umum Responden	62
4.1.3. Gambaran Distribusi Item	66
4.1.4. Uji Instrumen	72
4.1.5. Uji Asumsi klasik	74
4.1.6. Regresi Linier Berganda	79
4.1.7. Uji hipotesis	81
4.2. Pembahasan Data Hasil Penelitian	89
4.2.1. Pengaruh <i>General interior, Eksterior, Store layout, dan Display Interior</i> terhadap Keputusan Pembelian secara simultan (bersama-sama)	89
4.2.2. Pengaruh <i>General interior, Eksterior, Store layout, dan Display Interior</i> terhadap Keputusan Pembelian secara Parsial (sendiri-sendiri)	96
4.2.3. <i>Store atmosphere</i> Yang Berpengaruh Dominan Terhadap Keputusan Pembelian di Warung <i>Unyil Coffee</i>	100
BAB V	
PENUTUP.....	102
5.1. Kesimpulan	102
5.2. Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2.2 : Elemen <i>Store Atmosphere</i>	24
Tabel 3.1. : Operasional Variabel	46
Tabel 4.1. : Distribusi Frekuensi Usia	62
Tabel 4.2. : Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin	63
Tabel 4.3. : Distribusi Frekuensi Pekerjaan	63
Tabel 4.4. : Distribusi Frekuensi Penghasilan	64
Tabel 4.5. : Distribusi Frekuensi Intensitas	65
Tabel 4.6. : Distribusi Frekuensi Variabel <i>General interior</i>	67
Tabel 4.7. : Distribusi Frekuensi Variabel <i>Eksterior</i>	69
Tabel 4.8. : Distribusi Frekuensi Variabel <i>Store layout</i>	70
Tabel 4.9. : Distribusi Frekuensi Variabel <i>Interior display</i>	71
Tabel 4.10. : Uji Validitas Instrumen Penelitian	73
Tabel 4.11. : Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	74
Tabel 4.12. : Hasil Uji Asumsi Normalitas	75
Tabel 4.13. : Hasil Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas	76
Tabel 4.14 : Hasil Uji asumsi Heteroskedastisitas	77
Tabel 4.14 : Hasil uji asumsi autokorelasi	78
Tabel 4.14 : Hasil Uji Asumsi Linieritas	78
Tabel 4.14 : Rekapitulasi Analisis Regresi Linier Berganda	79
Tabel 4.14 : Hasil uji linier berganda secara simultan (Uji F)	82
Tabel 4.14 : Hasil uji linier berganda secara parsial (Uji t)	84
Tabel 4.14 : Kontribusi Masing-Masing Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat	88
Tabel 4.14 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda untuk Melihat Koefisien Determinasi (Uji R^2)	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. : Kerangka Berpikir.....	38
Gambar 4.1. : Struktur Organisasi Unyil <i>coffee</i>	61
Gambar 4.2. : Uji F-Statistik (Uji Simultan).....	83
Gambar 4.3. : Uji t-Statistik Variabel <i>General Interior</i>	85
Gambar 4.4. : Uji t-Statistik Variabel <i>Eksterior</i>	85
Gambar 4.5. : Uji t-Statistik Variabel <i>Store Layout</i>	86
Gambar 4.6. : Uji t-Statistik Variabel <i>Interior Display</i>	87

ABSTRAK

Mohammad Adib Zen Firdaus, 2014 SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Strategi *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Unyil Coffee Malang”.

Pembimbing : Yayuk Sri Rahayu., SE., MM

Kata Kunci : Strategi, *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian

Persaingan dalam bisnis warung kopi semakin sulit hal ini disebabkan oleh banyaknya pelaku bisnis yang tertarik untuk membuka warung kopi dikarenakan tertarik dengan omset yang tinggi. Hal ini menuntut warung kopi untuk meningkatkan dan mempertahankan konsumen. Salah satu alternatif untuk mewujudkan hal tersebut adalah dengan menggunakan strategi *store atmosphere*, dengan menggunakan strategi tersebut konsumen yang akan mengunjungi warung kopi menjadi lebih tertarik dan selanjutnya memilih warung tersebut. Tujuan dari strategi *store atmosphere* adalah untuk mempertahankan dan meningkatkan keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif, yang mengkaji pengaruh strategi *store atmosphere*, strategi *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian dan pengaruh variabel *general interior* (X_1), *eksterior* (X_2), *store layout* (X_3) *interior display* (X_4) terhadap keputusan pembelian (Y). Dalam penelitian ini populasi dijadikan sebagai sampel yaitu konsumen yang mengunjungi warung unyil coffee Malang, sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuesioner yang diberikan kepada konsumen yang mengunjungi unyil coffee pada tanggal 8-22 januari 2014.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh strategi *store atmosphere* di warung unyil coffee sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kontribusi terbesar yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian di warung unyil coffee diberikan oleh *genral interior*, sedangkan *eksterior*, *store layout*, dan *interior display* kontribusinya masih relatif kecil. Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel *general interior* (X_1), *eksterior* (X_2), *store layout* (X_3) dan *interior display* (X_4) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) di warung unyil coffee Malang baik secara parsial maupun simultan. Dan koefisien determinan (adjusted R square) sebesar 0,777 atau 77,7%.

ABSTRACT

Mohammad Adib Zen Firdaus, 2014 THESIS. Title: "Influence Strategies Store Atmosphere Of purchasing decisions In the unfortunate Unyil Coffee Malang".

Tutors : Yayuk Sri Rahayu., SE., MM

Keywords: Strategy, Store Atmosphere, Purchasing Decisions

Competition in the coffee shop business more difficult this is caused by the large number of businessmen who are interested in opening a coffee shop because attracted by high turnover. This demands a coffee shop to increase and retain consumers. One alternative for the realization of this strategy is to use a store atmosphere, using the strategy of the consumer who will be visiting coffee shops become more interested and then choose the stalls. The purpose of the strategy is to maintain the store's atmosphere and enhance the purchasing decision.

This research using methods, quantitative descriptive who are engaging influence strategy atmosphere, stores strategy store atmosphere of the decision purchase and variable influence general interior (x1) exterior (x2) store layouts (x3) interior display (x4) to purchase decisions (y). In this research used as a consumer population is visiting to unyil coffee the data used in this research is data a questionnaire given to consumers who visited unyil coffee on the 8-22 january 2014.

The results showed that the influence of the strategy on atmospheric eatery unyil store coffee very effect on purchasing decisions. The biggest contribution that affect the purchasing decision in the stall unyil coffee provided by the interior, while the genral, store layouts, exterior and interior display its contribution is still relatively small. Based on the results of the regression analysis show that variable interior general (X 1), exterior (x 2), store layout (X 3) and interior display (X 4) influence on purchasing decisions (Y) in the hapless good coffee unyil partially or simultaneous. And the coefficients of a determinant (adjusted R square) of 0,777 or 77,7%.

خلاصة

محمد أديب زن فرداؤس، أطروحة عام 2014. العنوان: " تأثير الغلاف الجوي مخزن استراتيجية شراء المقررات في القهوة أنيل المؤسفة ".
المشرف: يايوك سري راهايو، MM، SE.

الكلمات الرئيسية: استراتيجية، جو المتجر، قرارات الشراء

المنافسة في مجال الأعمال التجارية صعوبة متزايدة في المقهى يحدث هذا بسبب العدد الكبير من رجال الأعمال الذين يرغبون في فتح مقهى لأنه حظي بارتفاع معدل دوران. ويطلب هذا مقهى زيادة والإبقاء على المستهلكين. هو بديل واحد لتحقيق هذه الاستراتيجية استخدام جو متجر، واستخدام هذه الاستراتيجية للمستهلك الذي سيقوم بزيارة المقاهي أصبحت أكثر اهتماما وتم اختر الأكشاك. والغرض من هذه الاستراتيجية هو الإبقاء على جو المتجر وتعزيز قرار الشراء.

يستخدم هذا البحث المنهج الوصفي الكمي، الذي يدرس تأثير الغلاف الجوي مخزن الاستراتيجية، استراتيجية الغلاف الجوي ضد قرار الشراء المتجر وتأثير المتغيرات الداخلية العامة (X_1)، خارجي (X_2)، وتخزين العرض الداخلية التخطيط (X_3) و (X_4) ضد قرار الشراء (Y). في جمهرة الدراسة كعينة من المستهلكين الذين يزورون المخزن، بينما هو البن الفقراء أنيل البيانات المستخدمة في هذه الدراسة بيانات الاستبيان نظراً للمستهلكين الذين يزورون القهوة أنيل في الثامن من آذار/مارس إلى 22 يناير 2014.

أظهرت النتائج أن تأثير الاستراتيجية على المطعم الغلاف الجوي أنيل متجر القهوة جداً أثر على قرارات الشراء. مساهمة أكبر التي تؤثر على قرار الشراء في كشك القهوة أنيل قدمتها الداخلية، أثناء العام، تخزين تخطيطات، العرض الخارجي والداخلي ومساهمتها لا تزال صغيرة نسبياً. استناداً إلى نتائج تحليل الانحدار إظهار هذا المتغير الداخلية العامة (X_1)، خارجي (X_2)، تخزين تخطيط (X_3) والعرض الداخلية (X_4) تأثير على قرارات (Y) شراء في أنيل القهوة الجيدة التعساء جزئياً أو متزامنة. ومعاملات عاملاً (المعدل R مربعة) من 0,777 أو 77,7 %.