

**ANALISIS PENGARUH CITRA TOKO TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret Plus Jalan Soekarno  
Hatta Malang Jawa Timur)**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**ZULFATUR RUKHAMAI  
NIM: 11510116**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2015**

**ANALISIS PENGARUH CITRA TOKO TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret Plus Jalan Soekarno  
Hatta Malang Jawa Timur)**

**SKRIPSI**

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



**Oleh :**

**ZULFATUR RUKHAMAI**  
NIM: 11510116

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2015**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**ANALISIS PENGARUH CITRA TOKO TERHADAP**  
**KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
**(Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret Plus Jalan Soekarno Hatta**  
**Malang Jawa Timur)**

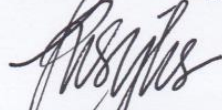
**SKRIPSI**

Oleh

**Zulfatur Rukhamai**  
NIM: 11510116

Telah disetujui pada tanggal 17 April 2015

**Dosen Pembimbing,**



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

Mengetahui:

**Ketua Jurusan,**



**Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.EI**  
NIP 19750707 200501 1 005

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**ANALISIS PENGARUH CITRA TOKO TERHADAP**  
**KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
**(Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret Plus Jalan Soekarno**  
**Hatta Malang Jawa Timur)**

**SKRIPSI**

Oleh  
**ZULFATUR RUKHAMAI**  
NIM: 11510116

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada 24 April 2015

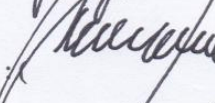
Susunan Dewan Penguji

1. Ketua  
**M. Fatkhur Rozi, SE., MM**  
NIP 19760118 200901 1 003
2. Dosen Pembimbing/Sekretaris  
**Irmayanti Hasan, ST., MM**  
NIP 19770506 200312 2 001
3. Penguji Utama  
**Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag**  
NIP 19620115 199803 1 001

Tanda Tangan

:(  )

:(  )

:(  )

Disahkan Oleh:  
Ketua Jurusan,



**Dr. H. Misbahul Munir, Lc. M.EI**  
NIP. 197507072005011005

## Surat Pernyataan

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Zulfatur Rukhamai
NIM	: 11510116
Jurusan/ Prodi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi
Judul Skripsi	: Analisis Pengaruh Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret Plus Jalan Soekarno Hatta Malang Jawa Timur)

**Mengizinkan** jika karya ilmiah saya (*skripsi*) dipublikasikan melalui website perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang secara keseluruhan (full teks). Demikian pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 05 April 2015

Dosen Pembimbing,



(Irmayanti Hasan, ST., MM)

Mahasiswa,



(Zulfatur Rukhamai)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Karya ilmiah skripsi ini ku persembahkan kepada kedua orangtuaku; Teristimewa ayahanda H. Samsul Hadi dan ibunda tercinta Hj. Zumrotus Salamah yang selama ini telah membesarkan dan mendidiku dengan penuh kesabaran dan keikhlasan. Terimakasih kepada Nenekku yang tersayang Hj. Umi Kulsum dan saudara-saudaraku mbk Aulia, Dek Fatah, Khuri dan Naila. Tak lupa teman-teman manajemen angkatan 2011 khususnya konsentrasi pemasaran dan teman-teman santri PP.DU Al Fadholi khususnya mbk umiati, Atina, dan MbK Iva yang sering mengingatkanku untuk selalu berbuat kebaikan dengan penuh keikhlasan. Semoga Allah membalas atas kebaikan kalian semua,  
Amin

## MOTTO

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baiknya manusia adalah orang yang paling  
bermanfaat bagi sesama”

(Hadits Syarif)

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul” Analisis Pengaruh Citra Toko terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret Plus Jalan Soekarno Hatta Malang Jawa Timur)

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Raharjo 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 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Irmayanti Hasan, ST., MM. selaku dosen pembimbing yang telah mendukung dan membimbing serta mengarahkan peneliti.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Ayah, Ibu, Nenek, kakak serta adik tercinta yang mencurahkan segenap kasih sayang, yang telah mendidik dan mengajarkan segalanya kepada peneliti dan senantiasa memberikan do'a dan dukungan secara moril dan spiritual.



7. Sahabat/i yang selalu memberikan semangat dan doa.
8. Teman-teman seperjuangan Manajemen angkatan 2011 yang selalu memberikan motivasi dan kebersamaannya.
9. Pihak-pihak yang tidak dapat disebut satu persatu disini, yang sedikit banyak telah membantu penyusunan Skripsi ini.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Peneliti berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin..

Malang, 08 Mei 2015

Peneliti

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN</b>	
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Batasan Penelitian .....	10
<b>BAB 2 KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
2.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Kajian Teoritis.....	17
2.2.1 Pemasaran.....	17
2.2.2 Definisi Ritel .....	18
2.2.3 Pengertian Citra Toko .....	18
2.2.4 Tipe Bisnis Ritel atas Kepemilikan .....	19
2.2.5 Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Citra Toko .....	20
2.2.6 Komponen – Komponen Pencitraan Toko .....	22
2.2.7 Definisi Keputusan Pembelian .....	28
2.2.8 Definisi Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	28
2.2.9 Tipe –Tipe Perilaku Keputusan Membeli .....	32
2.2.10 Faktor –Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Belanja ..	33
2.2.11 Indomaret .....	35
2.2.12 Citra Toko dalam Islam.....	36
2.3 Kerangka Konseptual .....	41
2.2.1 Model Konsep .....	41
2.2.2 Model Hipotesis .....	42
2.4 Hipotesis Penelitian.....	43

<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>44</b>
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	44
3.2 Lokasi Penelitian.....	44
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	45
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	46
3.5 Data dan Jenis Data.....	46
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	47
3.8 Skala Pengukuran.....	55
3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	56
3.10 Analisis Data.....	58
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>65</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	65
4.1.1 Gambaran Umum Indomaret.....	62
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	72
4.1.3 Gambaran Umum Distribusi Item.....	77
4.1.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	87
4.1.5 Uji Normalitas.....	94
4.1.6 Uji Hipotesis.....	95
4.1.7 Uji Asumsi.....	101
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	104
4.2.1 Pengaruh Secara Simultan.....	104
4.2.2 Pengaruh Secara Parsial.....	105
4.2.1 Pengaruh Secara Dominan.....	109
4.3 Pembahasan Citra Toko.....	110
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>118</b>
5.1 Kesimpulan.....	118
5.2 Saran.....	119
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>121</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Indonesia: <i>Convenience Store/Minimarket Outlets</i> .....	5
Tabel 1.2. Indonesia: <i>Grocery Retailers Brand Shares</i> .....	6
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	15
Tabel 3.1. Variabel, Sub Variabel dan Indikator .....	53
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	73
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	73
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	74
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	75
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Perkawinan .....	76
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan perbulan.....	76
Tabel 4.7. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Barang Dagangan .....	77
Tabel 4.8. Distribusi Frekuensi Variabel Harga.....	78
Tabel 4.9. Distribusi Frekuensi Variabel Keanekaragaman.....	79
Tabel 4.10. Distribusi Frekuensi Variabel Promosi .....	80
Tabel 4.11. Distribusi Frekuensi Variabel Iklan .....	81
Tabel 4.12. Distribusi Frekuensi Variabel Kenyamanan Berbelanja.....	82
Tabel 4.13. Distribusi Frekuensi Variabel Letak yang Strategis .....	83
Tabel 4.14. Distribusi Frekuensi Variabel Fasilitas Toko.....	84
Tabel 4.15. Distribusi Frekuensi Variabel Pelayanan Penjual .....	85
Tabel 4.16. Distribusi Frekuensi Variabel Atmosfer Toko.....	86
Tabel 4.17. Distribusi Frekuensi Variabel Merek Terkenal.....	86
Tabel 4.18. Tabel Analisa Variabel Kualitas Barang Dagangan .....	87
Tabel 4.19. Tabel Analisa Variabel Harga.....	88
Tabel 4.20. Tabel Analisa Variabel Keanekaragaman.....	88
Tabel 4.21. Tabel Analisa Variabel Promosi .....	89
Tabel 4.22. Tabel Analisa Variabel Iklan .....	89
Tabel 4.23. Tabel Analisa Variabel Kenyamanan Berbelanja .....	90
Tabel 4.24. Tabel Analisa Variabel Letak yang Strategis.....	90
Tabel 4.25. Tabel Analisa Variabel Fasilitas Toko.....	91
Tabel 4.26. Tabel Analisa Variabel Pelayanan Penjual .....	92
Tabel 4.27. Tabel Analisa Variabel Atmosfer Toko .....	92
Tabel 4.28. Tabel Analisa Variabel Merek Terkenal.....	93
Tabel 4.29. Tabel Analisa Keputusan Pembelian .....	93
Tabel 4.30. <i>One Sample Kolmogorov Smirnov Test</i> .....	94
Tabel 1.31. ANOVA .....	96
Tabel 2.32. <i>Coefficient</i> .....	97
Tabel 3.33. <i>Model Summary</i> .....	100
Tabel 1.34. <i>Coefficient VIF</i> .....	102
Tabel 1.35. Hasil <i>Output Nonparametric Correlation</i> .....	103
Tabel 2.36. <i>Model Summary</i> .....	104

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 PertumbuhanTokoRitel Modern tahun 2013.....	2
Gambar 2.1 Proses KeputusanPembelian .....	32
Gambar 2.2 Model Konsep .....	41
Gambar 2.3 Model Hipotesis .....	42
Gambar 4.1 Logo Warna Indomaret .....	67
Gambar 4.2 Maskot Indomaret .....	68

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Dokumentasi
- Lampiran 2 Kuesioner
- Lampiran 3 Data Kuesioner
- Lampiran 4 Statistik Deskriptif Biodata Responden
- Lampiran 5 Uji Validitas
- Lampiran 6 Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 8 Uji Asumsi
- Lampiran 9 Bukti Konsultasi
- Lampiran 10 Surat Izin Penelitian Skripsi
- Lampiran 11 Biodata Peneliti

## ABSTRAK

Zulfatur Rukhamai. 2015, SKRIPSI. Judul: “Analisis Pengaruh Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret Plus Jalan Soekarno Hatta Malang Jawa Timur)”

Pembimbing : Irmayanti Hasan, ST., MM

Kata kunci : Pengaruh, Keputusan Pembelian, Citra Toko

---

Penelitian ini berdasarkan pada hasil laporan *retail* di Indonesia tahun 2013, dalam laporan tersebut Indomaret terdaftar sebagai minimarket yang memiliki jumlah outlet terbesar di Indonesia yaitu 8.039 outlet. Namun, jumlah tersebut tidak seimbang dengan nilai penjualan Indomaret yang dari tahun ke tahun selalu berada di bawah pesaing utamanya yaitu Alfamart. Hal ini menyebabkan peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh citra toko Indomaret dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra toko terhadap keputusan pembelian pada Indomaret Plus Jalan Soekarno Hatta Malang Jawa Timur baik secara simultan, parsial, dan dominan.

Jenis metode yang digunakan adalah metode kuantitatif pendekatan studi kasus. Teknik penarikan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel 208 responden. Jumlah variabel bebas sebanyak 11 variabel, yaitu kualitas barang dagangan, harga, keanekaragaman, promosi, iklan, kenyamanan berbelanja, letak yang strategis, fasilitas toko, pelayanan penjual, atmosfer toko, dan merek terkenal. Sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data menggunakan uji regresi linier. Sedangkan untuk uji asumsi menggunakan uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Indomaret Plus Jalan Soekarno Hatta Malang. Secara parsial, variabel yang berpengaruh signifikan adalah harga, promosi, pelayanan penjual, dan merek terkenal. Sedangkan variabel yang tidak berpengaruh signifikan adalah kualitas barang dagangan, keanekaragaman, iklan, kenyamanan berbelanja, letak yang strategis, fasilitas toko, dan atmosfer toko. Variabel yang berpengaruh dominan adalah variabel harga.

## ABSTRACT

Zulfatur Rukhamai. 2015, THESIS. Analysis on The Influence of Store Image on Purchasing Decision (A Case Study on Consumer of Indomaret Plus Soekarno Hatta, Malang, East Java)

Supervisor : Irmayanti Hasan, ST., MM

Keywords : Influence, Purchasing Decision, Store Image

---

This study is based on the results of retail reports in Indonesia in 2013, which registered Indomaret as a minimarket with the largest number of outlets in Indonesia, namely 8039 outlets. However, that number does not equal to Indomaret's value of sales which over the years has always been under the main competitor Alfamart. This fact led the researcher to become interested in studying the effect of Indomaret's store image in influencing consumer purchasing decisions. This study aims to determine how the store image influence the purchasing decisions on Indomaret Plus Jalan Soekarno Hatta Malang, East Java, either simultaneously, partially and dominantly

The type of method used in this research is quantitative method, with a case study approach. The sampling technique that is used is *purposive sampling* with 208 respondents. The number of independent variable is 11 variables, namely the quality of the merchandise, price, diversity, promotion, advertising, shopping comfort, strategic location, store's facility, services, store atmosphere, and famous brands. While the dependent variable is purchasing decision. The instrument is examined through validity and reliability tests. The method of data analysis uses linear regression test. As for examining the assumption, a series of normality, multicollinearity, heteroscedasticity, and autocorrelation tests are used.

The results showed that simultaneous independent variables significantly influence the purchasing decisions in Indomaret Plus Jalan Soekarno Hatta Malang. Partially, the variables which have significant influence are the price, promotion, service vendors, and famous brands. While the less significant variables include the quality of merchandise, diversity, advertising, shopping comfort, strategic location, facilities store, and the store's atmosphere. The dominant influential variable is price variable.



## المستخلص

زلفة الروحمى. ٢٠١٥. بحث جامعي: العنوان: "تحليل التأثير التصوير المخزن ضد قرار الشراء (دراسة حالة عن المستهلك إندومارت بلاس في الشارع سوكارنو هاتي مالانج، جاوة الشرقية)"

المشرف: إرمينتى حسن، الماجستير

الكلمات البحث: الأثر، قرار الشراء، التصوير المخزن

وتستند هذه الدراسة على نتائج تقارير التجزئة في إندونيسيا في عام ٢٠١٣، في ذلكالتقرير, مسجل إندومارت كما مبني ماركت التي لديها أكبر عدد من منافذ البيع في إندونيسيا، وهي ٨٠٣٩. ومع ذلك، فإن هذا العدد لا يساوي قيمة المبيعات إندومارت التي كانت على مدى سنوات كانت دائما تحت المنافس الرئيسي وهي ألفامارت. أدى ذلك الباحث يهتم بدراسة تأثير التصوير المخزن إندومارت في التأثير على القرارات الشرائية للمستهلكين. وتهدف هذه الدراسة إلى تحديد كيفية تحليل التأثير التصوير المخزن ضد قرار الشراء عن المستهلك إندومارت بلاس في الشارع سوكارنو هاتي مالانج، جاوة الشرقية ، إما في وقت واحد، جزئية والمهيمنة.

نوع الطريقة المستخدمة هي طريقة الكمي منهج دراسة الحالة. أخذ العينات باستخدام تقنية هادفات العينات مع عينة من ٢٠٨ المستطلعين. عدد المتغيرات المستقلة كثيرة مثل ١١ متغيرات، وهي الجودة البضائع ، والتنوع، والترقية، والإعلانات، وراحة التسوق، والموقع الصريح، ومنشأة المخزن ، خدمات البيع والغلاف المخزن ، والعلامات التجارية الشهيرة. في حين أن المتغير التابع هو قرار الشراء. اختبارات باستخدام اختبار الصدق والثبات. أساليب تحليل البيانات باستخدام الانحدار الخطي. أما باختبارافتراض باستخدام اختبار الحياة الطبيعية، الخطية المتعددة،عدم المساواة البديل من المتبقى(هيتروسكيداستس)، والارتباط الذاتي.

وأظهرت النتائج أن المتغيرات المستقلة في وقت واحد تؤثر تأثيرا كبيرا في قرارات الشراء إندومارت بلاس في الشارع سوكارنو هاتي مالانج. جزئيا، والمتغيرات التي هي إلى حد كبير من السعر، الترويج، بائعي الخدمات، والعلامات التجارية الشهيرة. بينما المتغيرات كبيرة هي الجودة البضائع ، والتنوع، والإعلانات، وراحة التسوق، والموقع الصريح ، ومنشأة المخزن ، والغلاف المخزن. المتغير المؤثر المهيمن هو المتغير السعر.