

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN BONG KOPITOWN**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

Maria Stefany Harsono

NPM : 11 03 18757

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
AGUSTUS 2015**

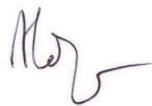
Skripsi

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN BONG KOPITOWN
TAHUN 2015 – 2016**

**Disusun Oleh :
Maria Stefany Harsono
NPM : 11 03 18757**

Telah disetujui oleh:

Pembimbing



C. Handoyo Wibisono MM., Dr.

7 Agustus 2015

Skripsi

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN BONG KOPITOWN
TAHUN 2015 – 2016**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Maria Stefany Harsono
NPM : 11 03 18757

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 10 September 2015
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi
(S1) Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

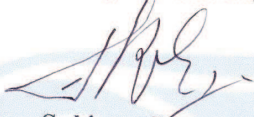
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji

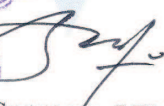

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D


C. Handoyo Wibisono, MM., Dr.


Ign. Sukirno, Drs., MS.

Yogyakarta, 10 September 2015

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D

PERNYATAAN

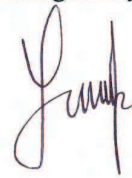
Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN BONG KOPITOWN TAHUN 2015-2016

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 7 Agustus 2015

Yang menyatakan



Maria Stefany Harsono

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan atas segala berkat, rahmat, serta penyertaan-Nya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bong Kopitown ”.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Banyak kesulitan dan hambatan yang penulis alami dalam menyelesaikan skripsi ini, namun berkat bantuan dan dorongan moril dari berbagai pihak, maka penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Kiranya merupakan waktu dan tempat yang tepat untuk menyampaikan terima kasih dan penghormatan yang tulus kepada beberapa pihak yang berperan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak C. Handoyo Wibisono MM., Dr. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan serta memberikan kritik dan masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tuaku, mama dan papa yang tidak lelah memberikan kepercayaan, perhatian, kasih sayang, doa dan dukungan moril serta materiil.
3. Pacarku tersayang Abednego Billy, terimakasih atas segala dukungan, cinta, kasih sayang dalam menemani, membantu dan mendengarkan berbagai kesulitan yang dihadapi oleh penulis selama penulisan skripsi ini.
4. Teman-teman Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya angkatan 2011 yang telah menemani dan mendukungku selama ini dari awal hingga saat ini, semoga persahabatan kita terjalin selamanya dan kita semua menjadi orang yang berhasil nantinya.

6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan yang telah diberikan.

Demikian skripsi ini dibuat dengan sebaik-baiknya oleh penulis. Jika masih ada kekurangan dalam skripsi ini, maka kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Penulis

Maria Stefany Harsono

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Lampiran	xi
Intisari	xii
BAB I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.6. Sistematika penulisan.....	6
BAB II Tinjauan Pustaka	8
2.1. Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	8
2.1.1. Elemen <i>Store Atmosphere</i>	9
2.2. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen	16
2.2.1. Proses Keputusan Pembelian Konsumen	17
2.3. Penelitian Terdahulu	19
2.4. Hipotesis Penelitian.....	19

BAB III Metode Penelitian	20
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	20
3.2. Populasi	20
3.3. Sampel.....	20
3.3.1. Pengertian Sampel.....	20
3.3.2. Teknik Pengambilan Sampel	20
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	21
3.5. Metode Pengukuran Data.....	21
3.6. Metode Pengujian Instrumen.....	22
3.6.1. Uji Validitas	22
3.6.1.1. Hasil Uji Validitas Aspek <i>Eksterior</i>	23
3.6.1.2. Hasil Uji Validitas Aspek <i>General Interior</i>	27
3.6.1.3. Hasil Uji Validitas Aspek <i>Store Layout</i>	32
3.6.1.4. Hasil Uji Validitas Aspek <i>Interior Point of Interest</i> <i>Display</i>	34
3.6.2. Uji Reabilitas	34
3.7. Metode Analisis Data.....	37
 BAB IV Analisis Data.....	38
4.1. Karakteristik Responden.....	38
4.1.1. Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.1.2. Berdasarkan Pekerjaan	39
4.1.3. Berdasarkan Frekuensi Kedatangan	40
4.1.4. Berdasarkan Pendapatan.....	41
4.2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif	43
4.2.1. Deskripsi Data Penelitian Aspek <i>Eksterior</i>	43
4.2.2. Deskripsi Data Penelitian Aspek <i>General Interior</i>	45
4.2.3. Deskripsi Data Penelitian Aspek <i>Store Layout</i>	46

4.2.4. Deskripsi Data Penelitian Aspek <i>Interior Point of Interest</i> <i>Display</i>	48
4.3. Pembahasan	49
 BAB V Kesimpulan dan Saran	55
5.1. Kesimpulan	55
5.2. Saran	56
 Daftar Pustaka	57

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Tabel uji validitas sebelum revisi aspek <i>eksterior</i>	23
Tabel 3.2 Tabel uji validitas sebelum revisi aspek <i>eksterior</i>	24
Tabel 3.3 Tabel uji validitas sebelum revisi aspek <i>eksterior</i>	25
Tabel 3.4 Tabel uji validitas sesudah revisi aspek <i>eksterior</i>	26
Tabel 3.5 Tabel uji validitas sebelum revisi aspek <i>interior</i>	27
Tabel 3.6 Tabel uji validitas sebelum revisi aspek <i>interior</i>	28
Tabel 3.7 Tabel uji validitas sebelum revisi aspek <i>interior</i>	29
Tabel 3.8 Tabel uji validitas sebelum revisi aspek <i>interior</i>	30
Tabel 3.9 Tabel uji validitas sesudah revisi aspek <i>general interior</i>	31
Tabel 3.10 Tabel uji validitas sebelum revisi aspek <i>store layout</i>	32
Tabel 3.11 Tabel uji validitas sesudah revisi aspek <i>store layout</i>	32
Tabel 3.12 Tabel uji validitas aspek <i>interior point of interest display</i>	34
Tabel 3.13 Tabel reliabilitas setelah revisi	36
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	38
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	39
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan frekuensi kedatangan	40
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan pendapatan	41
Tabel 4.5 Distribusi frekuensi data penelitian aspek <i>eksterior</i>	43
Tabel 4.6 Distribusi frekuensi data penelitian aspek <i>general interior</i>	45
Tabel 4.7 Distribusi frekuensi data penelitian aspek <i>store layout</i>	46
Tabel 4.8 Distribusi frekuensi data penelitian aspek <i>interior point of interest display</i>	48

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran I Kuesioner sebelum revisi	60
Kuesioner setelah revisi	63
Lampiran II Validitas sebelum revisi dan setelah revisi.....	66-85
Reabilitas setelah revisi	66-85
Lampiran III Data responden berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan, frekuensi kedatangan dan pendapatan	86-88
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan, frekuensi kedatangan, pendapatan	90
Lampiran IV Data responden dan distribusi frekuensi data penelitian aspek <i>exterior</i>	91-93
Data responden dan distribusi frekuensi data penelitian aspek <i>interior</i>	94-96
Data responden distribusi frekuensi data penelitian aspek <i>store layout</i>	97-99
Data responden distribusi frekuensi data penelitian aspek <i>interior point of interest display</i>	100-102

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN BONG KOPITOWN**

TAHUN 2015-2016

Disusun oleh :

Maria Stefany Harsono

NPM : 11 03 18757

Pembimbing

C. Handoyo Wibisono MM., Dr.

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh bermunculnya bisnis kafe yang mulai merebak di Yogyakarta. Kemunculan bisnis ini pun bukan hanya sekedar kafe sebagai tempat untuk konsumsi saja, melainkan kafe yang di kemas dengan mengusung tema- tema tertentu untuk membangun kenyamanan konsumen kafe selama berada di kafé. Tema - tema tersebut dikenal sebagai *store atmosphere*. *Store atmosphere* ini menjadi hal khusus yang di teliti untuk mengetahui adakah pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Bong Kopitown Yogyakarta.

Store atmosphere dalam penelitian ini dibagi menjadi 4 aspek yaitu aspek *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior point of interest display*. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 123 responden. Kemudian alat analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu statistic deskriptif. Hasil penelitian ini terdapat pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian dan pada aspek *interior point of interest display* memiliki pengaruh paling besar diantara ketiga aspek yang lain.

Kata kunci: *store atmosphere*, keputusan pembelian