

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE  
TERHADAP  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Survai Pada Konsumen Hypermart Supermall Pakuwon Indah  
Surabaya)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana  
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

Disusun oleh :

**ARGI AGUSTA**

**NIM : 0510320022 - 32**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN  
2009**

## MOTTO

**KEPUASAN TERLETAK PADA USAHA,  
BUKAN PADA HASIL. BERUSAHA DENGAN  
KERAS ADALAH KEMENANGAN HAKIKI  
(MAHATMA GANDHI)**





UNIVERSITAS BRAWIJAYA



### PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 23 Juli 2009

Argi Agusta  
0510320022



## RIWAYAT HIDUP

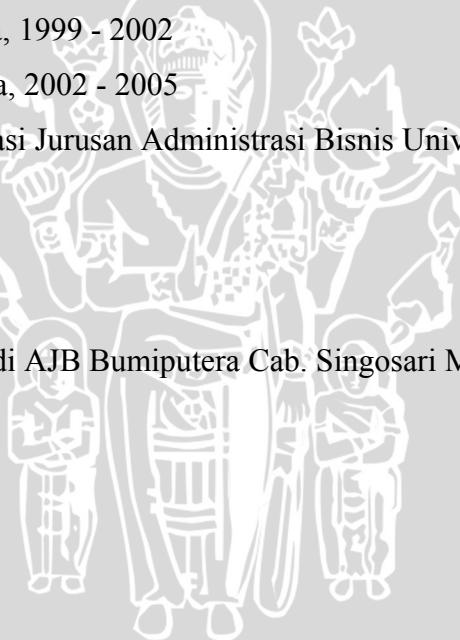
Nama : Argi Agusta  
Tempat & Tanggal Lahir : Surabaya, 17 Agustus 1986  
Jenis Kelamin : Laki – Laki  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Raya Manukan Lor IG / 20 Tandes – Surabaya  
Jl. Simpang Danau Maninjau Selatan III D2-A22  
Sawojajar-Malang

### Riwayat Pendidikan

1. TK Kurnia Surabaya, 1991 - 1993
2. SD Negeri Manukan Kulon III, 1993 - 1999
3. SMP Negeri 26 Surabaya, 1999 - 2002
4. SMU Negeri 11 Surabaya, 2002 - 2005
5. Fakultas Ilmu Administrasi Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya, 2005 – 2009

### Pengalaman Lain

1. Praktek Kerja / Magang di AJB Bumiputera Cab. Singosari Malang, 2008



## RINGKASAN

Argi Agusta, 2009, Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Hypermart Supermall Pakuwon Indah Surabaya), Dr. Suharyono, M.A, ; Drs. Wasis A. Latif M.P, 71 Hal+xiv

Setiap perusahaan dituntut untuk siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dengan perusahaan-perusahaan lain dari seluruh dunia untuk menghadapi globalisasi yang sering dikatakan era dunia tanpa batas. Dalam persaingan bisnis yang bebas ini, syarat agar suatu perusahaan dapat sukses dalam persaingan tersebut adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa variabel pengaruh *instore atmosphere* dan *outstore atmosphere* terhadap keputusan pembelian di Hypermart Supermall Pakuwon Indah Surabaya. Penelitian ini menggunakan 2 variabel independen yaitu pengaruh *instore atmosphere* dan *outstore atmosphere* serta variabel dependen keputusan pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang mengambil keputusan dalam membeli pada Hypermart Supermall Pakuwon Indah Surabaya yang berjumlah tak terbatas dengan sampel yang diambil sebanyak 63 orang responden. Metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah Metode Analisis Kuantitatif dengan menggunakan alat pengumpulan data kuesioner yang dibagikan kepada responden.

Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  (42,309) >  $F_{tabel}$  (3,150) dengan nilai signifikansi sebesar 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa *instore* (X1) maupun *outstore atmosphere* (X2) Hypermart Supermall Pakuwon Indah Surabaya secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hasil pengujian statistik, dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  untuk *instore atmosphere* (X1) yaitu sebesar 3,161 dan nilai  $t_{hitung}$  untuk *outstore atmosphere* (X2) yaitu sebesar 3,072 lebih tinggi dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  yaitu sebesar 1,670. Hal ini menunjukkan bahwa baik *instore* (X1) maupun *outstore atmosphere* (X2) Hypermart Supermall Pakuwon Indah Surabaya secara parsial mempunyai pengaruh berarti terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Berdasarkan perhitungan dapat diperoleh koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,571% berarti besarnya pengaruh semua variabel independen yaitu variabel *instore atmosphere* (X1) dan *outstore atmosphere* (X2) terhadap perubahan variabel dependen atau keputusan pembelian (Y) sebesar 58,5%. sedangkan sisanya sebesar 41,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, misal harga, pelayanan dan promosi.

Kata kunci : *store atmosphere, instore atmosphere, outstore atmosphere, keputusan pembelian Hypermart Supermall Pakuwon Indah*



## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, karena hanya atas ridho dan petunjuk-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Hypermart Supermall Pakuwon Indah)

Adapun tujuan dari penulisan Skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada jurusan S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Ucapan terima kasih dan rasa hormat disampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, semangat, dan motivasi sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih disampaikan kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Sumartono,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menimba ilmu yang bermanfaat.
2. Kusdi Raharjo, DEA. PHD, selaku Ketua Program Strata I Fakultas Ilmu Administrasi Jurusan Administrasi Bisnis, Universitas Brawijaya yang telah memberikan arahan, petunjuk, dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan ini dengan baik..
3. Drs. Rustam Hidayat, M.Si, selaku Sekertaris Jurusan Administrasi Bisnis, Universitas Brawijaya yang telah memberikan arahan, petunjuk, dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan ini dengan baik.
4. Dr. Suharyono, M.A. selaku dosen Pembimbing I yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan restu, arahan, bimbingan penulisan skripsi dan motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Drs. Wasis A. Latief, M.P. selaku dosen Pembimbing II yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan restu, arahan, bimbingan penulisan skripsi dan motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.



6. Segenap dosen dan staf pada lingkungan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya atas segala perhatian, kesabaran dan kerjasama yang baik selama menjalani masa kuliah.
7. Bapak Mardi Puswahyu selaku Store Manager Hypermart Supermall Pakuwon Indah Surabaya.
8. Seluruh karyawan Hypermart Supermall Pakuwon Indah Surabaya
9. Ayah dan Ibuku tersayang atas segala bantuan berupa do'a, perhatian, semangat dan motivasi baik material maupun spiritual.
10. Nesya yang atas segala dukungan, motivasi, pengertian dan kesabarannya menemani dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Teman-teman semasa menjalani kuliah, karena kalian masa kuliah lebih berarti.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan adanya masukan dan kritik yang membangun demi tercapainya kesempurnaan penelitian berikutnya.

Besar harapan kami agar skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua pihak untuk perbaikan dan perkembangan di masa yang akan datang.

Malang, 23 Juli 2009

Penulis

**DAFTAR ISI**

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Motto.....	ii
Tanda Persetujuan Skripsi.....	iii
Pernyataan Orisinalitas Skripsi.....	iv
Riwayat Hidup.....	v
Ringkasan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Bagan.....	xii
Daftar Grafik.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kontribusi Penelitian.....	6
E. Sistematika Pembahasan.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	7
B. Definisi Pemasaran.....	8
C. Store Atmosphere.....	8
1. Pengertian Store Atmosphere.....	8
2. Strategi Store Atmosphere.....	10
D. Perilaku Konsumen.....	11
1. Definisi perilaku Konsumen.....	11
2. Model Perilaku Konsumen.....	11
3. Keputusan Pembelian Konsumen.....	12
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	13
5. Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	17
E. Hubungan <i>Store Atmospherics</i> dengan Keputusan Pembelian Konsumen.....	19
F. Model Konsepsi dan Hipotesis.....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>23</b>
A. Jenis Penelitian.....	23
B. Definisi Operasional Variabel dan Teknik Pengukuran.....	23
1. Konsep dan Variabel.....	23
2. Teknik Pengukuran.....	25
C. Populasi dan Sampel.....	26
1. Populasi.....	26
2. Sampel.....	27
D. Pengumpulan Data.....	28

1. Lokasi Penelitian.....	28
2. Sumber Data.....	28
3. Teknik Pengumpulan Data.....	29
4. Instrumen Penelitian.....	29
E. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	29
1. Uji Validitas.....	29
2. Uji Reliabilitas.....	31
F. Uji Asumsi Klasik.....	32
1. Uji Normalitas.....	32
2. Uji Autokorelasi.....	33
3. Uji Multikolinearitas.....	33
G. Analisis Data.....	34
1. Analisis Deskriptif.....	34
2. Analisis Regresi Berganda.....	34
(a). Analisis Regresi Simultan (Uji F).....	35
(b). Analisis Regresi Parsial (Uji t).....	36
(d). Uji Koefisien Determinasi.....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
A. Lokasi Penelitian .....	38
B. Karakteristik Responden.....	38
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	42
D. Uji Asumsi Klasik.....	56
1. Uji Normalitas.....	56
2. Uji Autokorelasi.....	57
3. Uji Multikolinearitas.....	58
E. Analisa Data dan Interpretasi.....	59
1. Analisa Regresi Berganda.....	59
2. Menentukan Besarnya Koefisien Determinasi (R Square).....	60
3. Pengujian Hipotesis.....	60
(a). Pengujian Hipotesis I.....	60
(b). Pengujian Hipotesis II.....	61
(c). Pengujian Hipotesis III.....	62
F. Strategi Store Atmosphere Hypermart Supermall Pakuwon Indah.....	62
1. <i>Instore Atmosphere</i> .....	63
2. <i>Outstore Atmosphere</i> .....	64
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>67</b>
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>72</b>



**DAFTAR TABEL**

Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 3.1	Konsep, Variabel, Indikator dan Item.....	24
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	38
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	39
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Tabel 4.5	Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan / uang saku per bulan.....	40
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian..	41
Tabel 4.7	Karakteristik Responden berdasarkan Alasan melakukan pembelian.....	42
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Sub Variabel Layout Internal (X.1.1).....	43
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Sub Variabel Desain Interior Bangunan (X.1.2).....	45
Tabel 4.10	Distribusi Frekuensi Sub Variabel Suara (X.1.3).....	47
Tabel 4.11	Distribusi Frekuensi Sub Variabel Bau / Aroma(X.1.4).....	48
Tabel 4.12	Distribusi Frekuensi Sub Variabel Layout Eksternal (X.2.1)....	49
Tabel 4.13	Distribusi Frekuensi Sub Variabel Tekstur (X.2.2).....	49
Tabel 4.14	Distribusi Frekuensi Sub Variabel Desain Eksterior Bangunan (X.2.3).....	51
Tabel 4.15	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	54
Tabel 4.16	Hasil Uji Normalitas Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hypermart Supermall Pakuwon Indah.....	56
Tabel 4.17	Hasil Asumsi Regresi Multikolinearitas Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4.18	Rekapitulasi Hasil Pengolahan Data.....	60

## DAFTAR BAGAN

Bagan	Judul Bagan	Halaman
Bagan 2.1.	Proses Pembelian Model Lima Tahap.....	18
Bagan 2.2.	Model Konsepsi.....	21
Bagan 2.3.	Model Hipotesis.....	21



## DAFTAR GRAFIK

Grafik	Judul Grafik	Halaman
Grafik 4.1	Hasil Uji Normalitas Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hypermart Supermall Pakuwon Indah.....	57



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
Lampiran 1	Kuisioner Penelitian.....	72
Lampiran 2	Tabulasi Data.....	78
Lampiran 3	Distribusi Frekuensi.....	84
Lampiran 4	Uji Validitas Instrumen.....	91
Lampiran 5	Uji Reliabilitas Instrumen.....	97
Lampiran 6	Uji Regresi Berganda.....	99
Lampiran 7	Uji Multikolinearitas.....	100
Lampiran 8	Uji Autokorelasi.....	101
Lampiran 9	Uji Normalitas.....	102

