



**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP  
MINAT BELI KONSUMEN SENYUM MEDIA  
*STATIONERY JEMBER***

*THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE  
OF CONSUMER PURCHASE INTENTION  
SENYUM MEDIA STATIONERY JEMBER*

SKRIPSI

Oleh :

Ika Agusdini Putri

NIM. 100810201108

**UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI  
2014**



**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP  
MINAT BELI KONSUMEN SENYUM MEDIA  
*STATIONERY JEMBER***

***THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE  
OF CONSUMER PURCHASE INTENTION  
SENYUM MEDIA STATIONERY JEMBER***

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh :

Ika Agusdini Putri

NIM. 100810201108

**UNIVERSITAS JEMBER**

**FAKULTAS EKONOMI**

**2014**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**

**UNIVERSITAS JEMBER - FAKULTAS EKONOMI**

**SURAT PERNYATAAN**

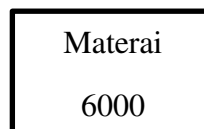
Nama : Ika Agusdini Putri  
NIM : 100810201108  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : *PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP  
MINAT BELI KONSUMEN SENYUM MEDIA  
STATIONERY JEMBER*

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 25 September 2014

Yang menyatakan,



Ika Agusdini Putri

NIM. 100810201108

## TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : *PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP  
MINAT BELI KONSUMEN SENYUM MEDIA  
STATIONERY JEMBER*

Nama Mahasiswa : Ika Agusdini Putri

NIM : 100810201108

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 25 September 2014

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Mohamad Dimyati, S.E, M.Si.  
NIP. 19670421 199403 1 008

H. N. Ari Subagio. S.E, M.Si  
NIP. 19731109 200003 1 002

Menyetujui,

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Handriyono, M.Si  
NIP. 19620802 199002 1 001

**JUDUL SKRIPSI**

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN  
SENYUM MEDIA *STATIONERY* JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**Nama : Ika Agusdini Putri**

**NIM : 100810201108**

**Jurusan : Manajemen**

**Konsentrasi : Manajemen Pemasaran**

telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

**08 Oktober 2014**

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

**SUSUNAN TIM PENGUJI**

**Ketua : Dr. Diah Yulisetiarni, M.Si. : (.....)  
19610729 198603 2 001**

**Sekretaris : Drs. Ketut Indraningrat, M.Si. : (.....)  
19610710 198902 1 002**

**Anggota : Ana Mufidah S.E., M.M. : (.....)  
19800201 200501 2 001**

**FOTO**

**4 X 6**

Mengetahui/ Menyetujui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember

**Dr. Moehammad Fathorazzi, M.Si.  
NIP. 19630614 199002 1 001**

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku tercinta dan tersayang, Bapak Sholeh dan Ibu Pudji Astuti;
2. Untuk adikku tersayang, Dwi Agit Maulana Putra;
3. Semua sahabat-sahabat dan teman-teman Manajemen 2010;
4. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang aku banggakan.

# MOTTO

*"My motto is do not do that which others can do as well"*

**(Booker T. Washington)**

*"In a generous America, you don't have to be rich to achieve your potential "*

**(Barrack Obama)**

*"Lakukan setiap pekerjaan dengan rasa cinta"*

**(Ika Agusdini Putri)**

## RINGKASAN

**Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen Senyum Media Stationery Jember** ; Ika Agusdini Putri, 100810201108 ; 2014 ; 86 Halaman ; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Perkembangan bisnis ritel modern di Indonesia semakin pesat seiring dengan kemajuan perekonomiannya. Setiap bisnis ritel modern dituntut untuk menciptakan *store atmosphere* yang baik agar dapat menimbulkan kesan menarik konsumen untuk berbelanja. Senyum Media Stationery adalah bisnis ritel modern yang menjual perlengkapan alat tulis dan kantor terlengkap dan termurah di kota Jember. Seiring dengan perkembangan waktu, Senyum Media Stationery Jember terus menambah kategori produk yang ditawarkan berupa komputer, peralatan rumah tangga, kosmetik dan lain sebagainya dengan menerapkan konsep swalayan. Konsep swalayan ini memberikan dampak perubahan yang harus dilakukan pada penataan produk dan *layout* toko. Perubahan ini tentunya akan memiliki dampak pada *store atmosphere* Senyum Media Stationery Jember. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *exterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior display* terhadap minat beli konsumen pada Senyum Media Stationery Jember.

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian *explanatory reseach*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Senyum Media Stationery Jember. Jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 170 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan pendekatan konfirmatori. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel *exterior* dan *interior display* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Senyum Media Stationery Jember. Sedangkan *general interior* dan *store layout* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Senyum Media Stationery Jember. Sehingga, pihak manajemen Senyum Media Stationery Jember seharusnya menciptakan *image* toko dan penataan produk yang lebih baik lagi untuk mendorong minat beli konsumennya.



## SUMMARY

***The Influence Of Store Atmosphere Of Consumer Purchase Intention Senyum Media Stationery Jember ; Ika Agusdini Putri, 100810201108 ; 2014 ; 86 pages ; Departement of Management, Faculty Of Economics, University Of Jember.***

*The development of modern retail business in Indonesia is growing rapidly along with economic progress. Every retail business is required to create a good atmosphere stores in order to create the impression attract consumers to shop. Senyum Media Stationery is a retail business that sells the most complete and cheapest stationery and office supplies in Jember. Along with the development time, Senyum Media Stationery Jember continue to add product categories offered in the form of computers, household appliances, cosmetics and so by applying the concept of self. The concept of self is an impact that changes must be made in the arrangement of products and store layouts. These changes will certainly have an impact on the atmosphere Senyum Media Stationery Jember. This study aimed to examine the effect of exterior, general interior, store layout, and interior displays to consumer buying interest in Senyum Media Stationery Jember.*

*The method used in this study is a quantitative method to research the type of explanatory research. The population in this study is all visitors Smile Media Stationery Jember. The samples are 170 respondents using purposive sampling method. Data analysis method used is multiple linear regression analysis with confirmatory approach. The results of the research indicate that the variable exterior and interior displays have significant effect on consumer buying interest in Senyum Media Stationery Jember. While the general interior and store layout does not significantly influence consumer buying interest in Senyum Media Stationery Jember. Thus, the management of Senyum Media Stationery Jember should create store image and product structuring better to encourage consumers buying interest.*

## PRAKATA

Puji syukur kepada Allah SWT atas ridho dan limpahan rahmat-Nya, sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen Senyum Media *Stationery* Jember” ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai kewajiban guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Dalam penulisan skripsi ini penulis telah banyak mendapat bantuan baik berupa materiil maupun moril yang tidak ternilai harganya dari semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu sudah selayaknya penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Dr Moehammad Fathorrazi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Dr. Handriyono, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Dr. Mohamad Dimyati, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang dengan ikhlas meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik, dan pengarahan dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. H. N. Ari Subagio. S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, kritik, motivasi, dan arahnya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr. Diah Yulisetiari, M.Si., Drs. Ketut Indraningrat, M.Si., dan Ana Mufidah S.E., M.M selaku penguji skripsi, yang telah meluangkan waktunya untuk menguji.
6. Seluruh dosen dan staff pengajar serta karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah membimbing dan memberikan bantuan sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi.
7. Kholid Ashari, S.E. selaku Direktur Senyum Media *Stationery* Jember yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian serta

seluruh karyawan Senyum Media *Stationery* Jember yang telah baik dan memberi kemudahan dalam penelitian.

8. Kedua orang tuaku (Bapak Sholeh dan Ibu Pudji Astuti) serta adikku (Dwi Agit Maulana Putra) yang tidak pernah berhenti mendoakan, mendidik untuk menjadi lebih baik dan selalu mendukungku.
9. Semua sahabat-sahabat dan teman-teman Manajemen 2010, terima kasih atas segala kenangan manis yang tercipta, persahabatan yang tulus, dan dukungan yang kalian berikan. Semoga persahabatan dan pertemanan ini akan terus terjalin hingga tua nanti.
10. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik yang menyangkut aspek materi maupun teknik penulisan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya dengan segala keterbatasan kemampuan yang dimiliki dan kekurangan yang ada, penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, 25 September 2014

Penulis

## DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
RINGKASAN.....	vii
SUMMARY.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<b>BAB 1. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pengertian <i>Store Atmosphere</i> .....	6
2.1.2 Tujuan <i>Store Atmosphere</i> .....	6
2.1.3 Faktor-faktor yang Berpengaruh dalam Menciptakan <i>Store Atmosphere</i> .....	8
2.1.4 Elemen-elemen <i>Store Atmosphere</i> .....	11
2.1.5 Minat Beli Konsumen.....	24
2.1.6 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Minat Beli Konsumen.....	28

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian.....	31
2.4 Hipotesis Penelitian.....	34
<b>BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
3.1 Rancangan Penelitian.....	36
3.2 Populasi dan Sampel.....	36
3.2.1 Populasi.....	36
3.2.2 Sampel.....	36
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	37
3.3.1 Data Primer.....	37
3.3.2 Data Sekunder.....	37
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	38
3.5 Identifikasi Variabel.....	38
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	39
3.6.1 <i>Exterior</i> .....	39
3.6.2 <i>General Interior</i> .....	39
3.6.3 <i>Store Layout</i> .....	40
3.6.4 <i>Interior Display</i> .....	41
3.6.5 Minat Beli Konsumen.....	42
3.7 Skala Pengukuran Variabel.....	42
3.8 Uji Instrumen.....	43
3.8.1 Uji Validitas.....	43
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	43
3.9 Metode Analisis Data.....	44
3.9.1 Uji Asumsi Analisis Regresi Linier Berganda Dengan Pendekatan Konfirmatori.....	44
3.9.2 Analisis Regresi dengan Pendekatan Konfirmatori	45
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah.....	53
<b>BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	55

4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	55
4.1.2	Bagan Layout Perusahaan.....	57
4.1.3	Karakteristik Responden.....	58
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	62
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk.....	64
4.4	Analisis Data.....	69
4.4.1	Uji Asumsi <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	69
4.4.2	Analisis Regresi dengan Pendekatan Konfirmatori.....	71
4.4.3	Uji Kesesuaian Model ( <i>Goodness of Fit Test</i> )...	72
4.4.4	Pengujian Hipotesis.....	72
4.5	Pembahasan.....	75
4.5.1	Pengaruh <i>Exterior</i> Terhadap Minat Beli Konsumen.....	75
4.5.2	Pengaruh <i>General Interior</i> Terhadap Minat Beli Konsumen.....	77
4.5.3	Pengaruh <i>Store Layout</i> Terhadap Minat Beli Konsumen.....	79
4.5.4	Pengaruh <i>Interior Display</i> Terhadap Minat Beli Konsumen.....	80
4.6	Keterbatasan Penelitian.....	82
<b>BAB 5.</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>83</b>
5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Saran.....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>86</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>88</b>

## DAFTAR TABEL

	halaman
2.1 Hierarki Tanggapan.....	28
2.2 Rangkuman Penelitian Terdahulu.....	31
3.1 Uji Kesesuaian Model.....	48
4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	60
4.4 Responden Berdasarkan Harga Belanja.....	61
4.5 Responden Berdasarkan Pembelian.....	61
4.6 Penilaian Responden Pada <i>Exterior</i> ( $X_1$ ).....	62
4.7 Penilaian Responden Pada <i>General Interior</i> ( $X_2$ ).....	62
4.8 Penilaian Responden Pada <i>Store Layout</i> ( $X_3$ ).....	63
4.9 Penilaian Responden Pada <i>Interior Display</i> ( $X_4$ ).....	63
4.10 Penilaian Responden Pada Minat Beli Konsumen (Y).....	64
4.11 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Konstruk <i>Exterior</i> ( $X_1$ ).....	66
4.12 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Konstruk <i>General Interior</i> ( $X_2$ ).....	66
4.13 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Konstruk <i>Store Layout</i> ( $X_3$ ).....	67
4.14 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Konstruk <i>Interior Display</i> ( $X_4$ ).....	68
4.15 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Konstruk Minat Beli Konsumen (Y).....	68
4.16 <i>Assessment of Normality</i> .....	70
4.17 Indeks Kesesuaian <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)....	72
4.18 Pengujian Hipotesis.....	72
4.19 Rangkuman Hipotesis Penelitian.....	74

## DAFTAR GAMBAR

	<b>halaman</b>
2.1 Elemen-elemen <i>Store Atmosphere</i> .....	11
2.2 Kerangka Konseptual.....	33
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	53
4.1 Bagan Layout Lantai 1 Senyum Media <i>Stationery</i> Jember....	57
4.2 Bagan Layout Lantai 2 Senyum Media <i>Stationery</i> Jember....	58
4.3 Hasil Diagram Jalur.....	71



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>halaman</b>
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	89
Lampiran 2 Tabulasi Data Jawaban Responden.....	95
Lampiran 3 Tabulasi Karakteristik Responden.....	101
Lampiran 4 Analisis Regresi Pendekatan Konfirmatori.....	104