

**ANALISIS PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP
NIAT BELI KONSUMEN**

(Studi kasus pada pengunjung Goro Assalaam)

SKRIPSI



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada Jurusan
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh:

NOOR ALIEFIAN

B 100150320

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP NIAT BELI
KONSUMEN (Studi kasus pada pengunjung Goro Assalaam)**

SKRIPSI

Oleh:

NOOR ALIEFIAN

B 100150320

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

Dosen

Pembimbing



Ihwan Susila, S.E., M.Si., P.hD.

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP NIAT BELI
KONSUMEN (Studi kasus pada pengunjung Goro Assalaam)**

Oleh:

NOOR ALIEFIAN

B 100150320

Telah dipertahankan diperiksa di depan Dewan Penguji

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari Sabtu, 3 Agustus 2019

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji

Nur Achmad, S.E., M.Si.

(Ketua Dewan Penguji)

()

Ihwan Susila, S.E., M.Si., P.h.D.

(Anggota I Dewan Penguji)

()

Sidiq Permono Nugroho, S.E., M.M.

(Anggota II Dewan Penguji)

()

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



()
H. Syamsudin, S.E., M.M.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta –
57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **NOOR ALIEFIAN**

NIRM : **B 100 150 320**

Jurusan : **EKONOMI MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **“ANALISIS PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP
NIAT BELI KONSUMEN” (Studi kasus pada pengunjung Goro
Assalaam)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan gelar atau ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 2 Agustus 2019

Penulis

(NOOR ALIEFIAN)

MOTTO

“Evolve or be out”

PERSEMBAHAN

Seraya memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT, karya yang sederhana ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya bapak Mukhlas dan ibu Umi Kulsum yang selama ini telah membimbing, mendidik, memberikan kasih sayang sepanjang waktu dari kecil, dan mencukupi segala kebutuhan penulis serta selalu mendoakan dalam segala hal untuk mencapai yang terbaik.
2. Untuk saudara-saudara keluarga besar yang selalu memberikan nasihat dan doanya.
3. Untuk sahabat-sahabatku Ega, Reza, Ardhi, Avryan, Asep, Syahrul, Wahyu, Fahrizal, Unggul, Wisnu, dan Dzaky terimakasih telah membantu, memotivasi, berjuang bersama dalam suka duka, terima kasih banyak. Tiada hari yang indah tanpa kalian selama ini.
4. Teman-teman kelas H Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen angkatan 2015 terimakasih banyak atas bantuan, memberikan pengertian selama kuliah.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmad dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAPNIAT BELI KONSUMEN”**.

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Skripsi ini tidak tersusun tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak dalam bentuk moril maupun materil. Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dan rasa hormat kepada:

1. Bapak Dr Syamsudin, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Imronudin, SE, Msi P.hD., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Ihwan Susila, SE., M. Si, P.hD., selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan bijaksana telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu dosen beserta staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membimbing, mengarahkan dan membantu penulis menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Kedua orangtua, terimakasih atas doa, nasihat, perhatian, semangat serta kasih sayang yang besar dan tanpa batas waktu.

6. Semua teman dan sahabat yang selalu mendukung saya mengerjakan skripsi.
7. Semua pihak yang membantu sehingga terciptanya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna dan terdapat beberapa kekurangan. Oleh karena itu penulis berharap adanya masukan, kritik maupun saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini juga bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 2 Agustus 2019

Penulis

Noor Aliefian

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PENYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematika Penulisan	5

BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	7
	A. Tinjauan Teori	7
	B. Penelitian Terdahulu	10
	C. Pengembangan Hipotesis	12
	D. Kerangka Pemikiran	14
BAB III	METODE PENELITIAN	17
	A. Jenis Penelitian	17
	B. Populasi dan Sampel	17
	C. Data dan Sumber Data	18
	D. Definisi Operasional Variabel	19
	E. Metode Pengumpulan Data	21
	F. Metode Analisis Data	22
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
	A. Deskripsi Responden	27
	B. Tanggapan Responden Mengenai Variabel Penelitian	31
	C. Uji Instrumen Data	39
	1. Uji Validitas	39
	2. Uji Reabilitas	40
	D. Uji Asumsi Klasik	41
	1. Uji Normalitas	41
	2. Uji Multikolinieritas	42
	3. Uji Heteroskedastisitas	42

E. Analisis Regresi Berganda.....	43
F. Pembahasan	49
BAB V PENUTUP	54
A. Kesimpulan	54
B. Keterbatasan Penelitian	54
C. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	59

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	19
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	28
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	28
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kota Tempat Tinggal.....	29
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	30
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Musik	31
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pencahayaan	33
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Warna.....	34
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Tampilan/Tata Letak..	36
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Pembelian	37
Tabel 4.10 Uji Validitas Instrumen	39
Tabel 4.11 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	41
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas	42
Tabel 4.14 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	43
Tabel 4.15 Koefisien Regresi	43
Tabel 4.16 Ringksan Model	48
Tabel 4.17 <i>ANNOVA</i>	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	16

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	60
Lampiran 2	Frekuensi Identitas Responden	64
Lampiran 3	Deskripsi Tanggapan Responden.....	66
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas dengan CFA	67
Lampiran 5	Uji Asumsi Klasik.....	69
Lampiran 6	Analisis Regresi Berganda.....	71
Lampiran 7	Tabulasi Data SPSS	72
Lampiran 8	Table t	100
Lampiran 9	Table f	101

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) pengaruh musik terhadap niat beli. (2) pengaruh pencahayaan terhadap niat beli. (3) pengaruh warna terhadap niat beli. (4) pengaruh tampilan/tata letak terhadap niat beli. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan angket yang telah disebar pada pelanggan Goro Assalaam sebanyak 150 responden yang ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan melakukan penarikan sampel yang didasarkan pada tujuan penelitian dan kriteria yang telah ditetapkan. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, dan uji F. Hasil analisis menunjukkan bahwa pencahayaan, warna, dan tampilan/ tata letak secara signifikan berpengaruh positif terhadap niat beli, sedangkan musik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli.

Kata Kunci : *Store atmosphere*, Musik, Pencahayaan, Warna, Display, Niat beli

ABSTRACT

This study aims to analyze (1) the effect of music on purchase intentions. (2) the effect of lighting on purchase intentions. (3) the effect of color on purchase intentions. (4) the effect of appearance / layout on purchase intentions. The type of data in this study is primary data using a questionnaire that has been distributed to Goro Assalaam customers as many as 150 respondents who were determined using a purposive sampling method by taking samples based on research objectives and predetermined criteria. The analysis tools used in this study are the validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, t test, and F test. The results of the analysis show that lighting, color, and appearance / layout significantly influence positively on purchase intention while music does not significantly influence purchase intention.

Keywords : store atmosphere, music, lighting, color, display, purchase intention