



**PENGARUH SUASANA TOKO (STORE ATMOSPHERE) DAN LOKASI
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
DI RIZQI BUSANA KOTA KUDUS**

Oleh :

MUHAMMAD LUTFI ARIF

NIM : 2012-11-070

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

2016



**PENGARUH SUASANA TOKO (*STORE ATMOSPHERE*) DAN LOKASI
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
DI RIZQI BUSANA KOTA KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang

pendidikan Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi

Universitas Muria Kudus

Diujukan Oleh :

Nama : Muhammad Lutfi Arif

NIM : 2012-11-070

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

2016

**PENGARUH SUASANA TOKO (STORE ATMOSPHERE) DAN LOKASI
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI TOKO RIZQI BUSANA
KUDUS**

Skripsi ini untuk diajukan dan dipertahankan dihadapan Tim Peninjau Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

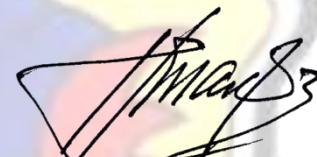
Tanggal 15 Agustus 2016

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I


Noor Aziz, SE., MM
NIDN. 0609107501


Drs. Chanafi Ibrahim, MM
NIDN. 0622085501

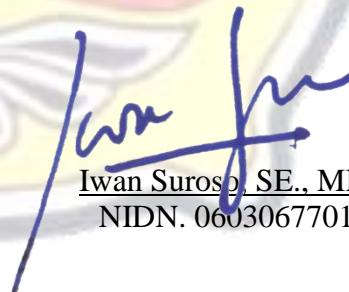
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Pembimbing II

Universitas Muria Kudus


Dr. H. M. Edris, Drs., MM
NIDN. 0618066201


Iwan Suroso, SE., MM
NIDN. 0603067701



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Waktu itu bagaikan pedang, jika kamu tidak memanfaatkannya untuk memotong, ia akan memotongmu (menggilasmu).”

(H.R. Muslim)

“Harga kebaikan manusia adalah diukur menurut apa yang telah dilaksanakannya/diperbuatnya.”

(Ali Bin Abi Thalib)

“Cara terbaik untuk keluar dari suatu permasalahan adalah dengan cara memecahkannya”

PERSEMBAHAN:

1. Untuk Bapak, Ibu, Kakak, Adik Tercinta yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta do'a.
2. Untuk teman-teman yang selalu memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Almamater Universitas Muria Kudus.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya sehingga dapat terselesaikanya skripsi ini dengan judul **“PENGARUH SUASANA TOKO (STORE ATMOSPHERE) DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI RIZQI BUSANA KOTA KUDUS”**. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan dukungan, masukan, motivasi dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya sehingga terselesaikanya skripsi ini, kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Mochammad Edris, SE.,MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
2. Bapak Noor Azis, SE.,MM, selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
3. Bapak Drs.Chanafi Ibrahim, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberi arahan, nasehat dan bimbingan sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini.
4. Bapak Iwan Suroso, SE.,MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberi arahan, nasehat dan bimbingan sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu dosen beserta Staf karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberikan banyak Ilmu dan pembelajaran yang sangat bermanfaat bagi saya.
6. Kedua Orang tua saya, kakak, dan adik saya yang telah memberikan dukungan, doa, nasehat, masukan dan motivasi untuk saya.
7. Kepada Teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang selalu memberi motivasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga semua pihak yang sudah memberi semangat, dukungan, motivasi dan doa yang tidak dapat disebutkan satu-persatu diberikan balasan yang berlipat oleh Allah SWT. Penulis telah berusaha dengan seluruh pemikiran dan kemampuan dalam menyusun skripsi ini agar terselesaikan dengan baik. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan ini masih jauh dari kata sempurna dan menerima segala kritik dan saran yang membangun demi terwujudnya hasil yang sempurna pada skripsi ini. Semoga bermanfaat bagi semua pihak.

Kudus,

2016

Penulis

MUHAMMAD LUTFI ARIF
NIM. 2012-11-070

**PENGARUH SUASANA TOKO (*STORE ATMOSPHERE*) DAN LOKASI
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI TOKO RIZQI BUSANA
KUDUS**

2012-11-070

Pembimbing : 1. Bp. Drs. Chanafi Ibrahim, MM
2. Bp. Iwan Suroso, SE.,MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Suasana Toko (*Store Atmosphere*) dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Rizqi Busana Kudus. Suasana Toko (*Store Atmosphere*) ditinjau dari *exterior, general interior, store layout, dan interior display*. Lokasi ditinjau dari lalu lintas, transportasi, komposisi toko dan fasilitas parkir. Sementara untuk minat beli konsumen ditinjau dari segi *attention, interest, desire, action*. Populasi untuk penelitian ini adalah seluruh pengunjung dari toko Rizqi Busana Kudus, sementara untuk sampel diambil 96 dari jumlah populasi dengan metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Setelah data terkumpul kemudian diolah dengan analisis regresi linear berganda menggunakan program *SPSS 16.0 for windows*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: a) secara parsial suasana toko (*store atmosphere*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, hal ini ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} 3,373 > t_{tabel} 1,661$. b) secara parsial, lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, hasil tersebut dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} 2,412 > t_{tabel} 1,661$. c) secara simultan suasana toko dan lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan, hasil ini dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} 103,697 > F_{tabel} 3,09$.

Kata kunci: Suasana Toko, Lokasi, Minat Beli Konsumen.

**PENGARUH SUASANA TOKO (STORE ATMOSPHERE) DAN LOKASI
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI TOKO RIZQI BUSANA
KUDUS**

2012-11-070

Pembimbing : 1. Bp. Drs. Chanafi Ibrahim, MM
2. Bp. Iwan Suroso, SE.,MM

UNIVERSITY OF MURIA KUDUS

FACULTY OF ECONOMICS MANAGEMENT STUDIES PROGRAM

ABSTRACT

This research aimed at identifying the effect of store atmosphere and location of the interest consumer buy in Rizqi Busana Store, Kudus. Store atmosphere in terms of exterior, general interior, store layout and interior display. Location in terms of traffic, transport, store compositions, and parking facilities. While for consumer purchase interest in terms of attention, interest, desire, and action. Population for this research was all the visitors of the Rizqi Busana Store, Kudus. While for samples were taken 96 out of the total population. The method of data collection was questionnaire. After data was collected and processed with multiple linear regression analyzed using SPSS 16.0 for windows.

The result of this research showed that: a) according to partial store atmosphere has positive and significant influences toward interest of consumer buy, that showed from value $t_{account} 3,373 > t_{table} 1,661$. b) according to partial location has positive and significant influences toward interest of consumer buy, the result showed from the value of $t_{account} 2,412 > t_{table} 1,661$. c) in a manner of simulate the store atmosphere and location has positive and significant influences toward interest consumer buy. The result can showed from value of $F_{account} 103,697 > F_{table} 3,09$.

Keyword: Interest Consumer Buy, Store Atmosphere, Location.

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
MOTTO DAN PERSEMPAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB IPENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	2
1.3 Perumusan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Kegunaan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 <i>Retailing</i>	5
2.1.1 Pengertian	5
2.1.2 Fungsi Bisnis Ritel	5
2.1.3 Jenis Toko Ritel	7
2.1.4 Faktor Pendorong Majunya Bisnis Ritel	9
2.2 Suasana Toko	9
2.2.1 Pengertian	9
2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Suasana Toko	11
2.2.3 Indikator Suasana Toko	12
2.3 Lokasi	21
2.3.1 Pengertian	21
2.3.2 Faktor Penentuan Lokasi	22
2.4 Minat Beli Konsumen	25
2.4.1 Pengertian	25
2.4.2 Indikator	26

2.4.3 Faktor Penentu Minat Beli.....	26
2.5 Tinjauan Penelitian Terdahulu	29
2.6 Kerangka Pemikiran	33
2.7 Hubungan Antar Variabel	34
2.8 Hipotesis.....	35
BAB IIIMETODE PENELITIAN.....	36
3.1 Rancangan Penelitian	36
3.2 Variabel Penelitian	36
3.2.1 Jenis Variabel Penelitian	37
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	39
3.3 Jenis dan Sumber Data	41
3.4 Populasi dan Sampel	42
3.5 Pengumpulan Data	44
3.6 Metode Pengolahan Data	45
3.7 Uji Instrument Data.....	46
3.7.1 Uji Validitas.....	46
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	49
3.8 Metode Analisis Data	50
3.9 Uji Hipotesis.....	51
BAB IVHASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Gambaran Umum Toko Rizqi Busana Kudus.....	54
4.1.1 Sejarah Singkat Usaha.....	54
4.1.2 Lokasi Usaha	55
4.1.3 Struktur dan Perincian Tugas	55
4.2 Penyajian Data.....	56
4.3 Deskriptif Variabel.....	59
4.4 Analisis Data	61
4.4.1 Analisis Regresi.....	61
4.4.2 Uji Parsial (Uji t)	63
4.4.3 Uji Simultan (Uji F).....	65
4.4.4 <i>Adjusted R Square</i>	67

4.5 Pembahasan	68
4.6 Aplikasi	70
BAB VKESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAPIRAN I	76
LAMPIRAN II	81
LAMPIRAN III	88



DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 3.1 Hasil <i>Try Out</i> Uji Validitas Kuesioner Variabel X ₁	47
Table 3.2 Hasil Try Out Uji Validitas Kuesioner Variabel X ₂	48
Table 3.3 Hasil Try Out Uji Validitas Kuesioner Variabel Y	48
Table 3.4 Hasil Try Out Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Table 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Table 4.4 Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel X ₁	59
Table 4.5 Hasil Rekapitulasi Jawaban Respondem Variabel X ₂	60
Tabel 4.6 Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Y	61
Table 4.7 Hasil Pengujian Regresi Parsial	63
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Berganda (Signifikan $\alpha = 5\%$).....	66
Table 4.9 Adjusted R ²	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Took Rizqi Busana Kudus	56
Gambar 4.2 Keterkaitan X ₁ dan X ₂ Terhadap Y	70

