

**PENGARUH SUASANA TOKO, LOKASI, DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA GALAXY
DISTRO TOBOALI**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

**NAMA : AGUS PRATAMA
NIM : 3021 211 003**

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS BANGKA
BELITUNG
2016**

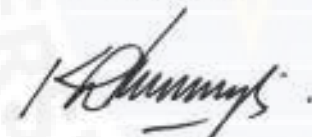


**UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**

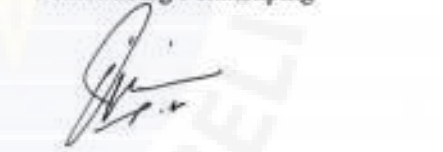
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Agus Pratama
NIM : 302 1211 003
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Suasana Toko, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen pada Galaxy Distro Toboali

Pembimbing Utama


Khairiyansyah, S.E., M.M.
NIP.197903152012121005

Pembimbing Pendamping


Dian Prihardini Wibawa, S.E., M.M.
NIP. 198207222014042002

Balunjuk, 03 Januari 2017
Ketua Jurusan Manajemen


M. Tanggung, S.E., M.Si.
NIP. 196306051990031004

PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH SUASANA TOKO, LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PADA GALAXY
DISTRO TOBOALI**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh : **Agus Pratama**
Nomor Induk Mahasiswa : **302 12 11 003**

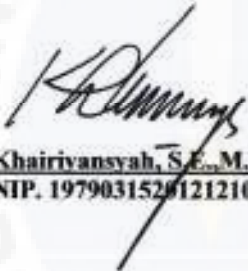
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 16 januari 2017 dan telah dinyatakan memenuhi syarat untuk di terima.


Tim Penguji

Ketua

Anggota

Anggota


Khairivansyah, S.E., M.M.
NIP. 197903152012121005


Dr. Reniati, S.E., M.Si
Np. 507206007


Hidayati S.E., M.M
NP.506306010

Bahunijuk 23 januari 2017
Universitas Bangka Belitung
Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen

Dekan


Dr. Reniati, S.E., M.Si
Np. 507206007

Ketua Jurusan Manajemen


M. Tanggung, S.E., M.Si
NIP. 196306051990031004

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Suasana Toko, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Galaxy Distro Toboali”**, adalah hasil tulisan saya sendiri, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis terdapat dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan hukuman yang berlaku”.

Balunijuk, 03 Januari 2017

Penulis



Agus Pratama

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan lain) dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

(QS. Al-Insyirah, 6-8)

“Kesuksesan hanya dapat diraih dengan segala upaya dan usaha yang disertai doa, karena sesungguhnya nasib seseorang manusia tidak akan berubah dengan sendirinya tanpa berusaha.”

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya sederhana nan bersejarah ini untuk:

- Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kemurahan rezeki, mengenal arti dari sebuah perjuangan, tantangan dan kerja keras serta selalu memberikan kemudahan di setiap kesulitan yang saya hadapi dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Kedua orang tuaku yaitu Bapak H. Nurdin dan Ibu Hj. Murni serta adik saya Dewi Septiani terimakasih atas perhatian, doa, dukungan dan pengorbanan yang tulus dan tak ternilai harganya untuk keberhasilan penulis.
- Sahabatku Anna AL Mu'in, Irvan Septian, Guan, Demy Ariyandi, Ine Aristin, Della Yumadiah, Ade Pratiwi, Efendi dan Tarisna terima kasih selalu membantu dan memberikan semangat.
- Seluruh teman MN3 angkatan 2012 dan teman-teman KKN X 2015.
- Semua pihak yang mendukung dalam penyelesaian skripsi ini, yang memberikan do'a, bantuan & semangat. Terima kasih.
- Almamater tercinta, Universitas Bangka Belitung.

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- *Allah SWT yang mahaesa yang selalu memberikan jalanterbaikbagisetiapumatmanusia.*
- *Kedua Orang tuaku tercinta yang tidak pernah berhenti mendoakan anaknya yang selalu memotivasiku.*
- *Almamaterkuterencana yang menjadikebanggaanku, Universitas Bangka Belitung.*
- *Sahabat saya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan saya dukungan serta bantuan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.*

ABSTRACT

AgusPratama. 302 12 11 003. The Influence of Store Atmosphere, Location and promotion on Consumer Purchase Interest at Galaxy DistroToboali.

The background of this research is based on the existing phenomenon which indicates that store atmosphere, location and promotion influence consumer in making purchasing decision.

This is descriptive quantitative research with a total sample of 231 respondents, while the sampling method which is used in this research is non-probability sampling, namely accidental sampling. The independent variable of this research consists of store atmosphere, location, and promotion, while the dependent variable is purchase interest. The test of instrument uses validity test and reliability test. The method of data analysis uses multiple linear regressions with t test, F test, and coefficient of determination (R^2). The research result of variables are obtained variable of store atmosphere (X1) $t_{value} (3.454) > T_{table}(1.9704)$, variable of location (X2) $t_{value}(6.303) > T_{table}(1.9704)$ and variable of promotion (X3) $t_{table} (2.625) > T_{table}(1.9704)$, variable store atmosphere (X1) partially influence on variable consumer purchase interest, variable promotion (X3) partially influence on variable consumer purchase interest.

The result of F test indicates that $F_{value} (85.976) > F_{table}(2.64)$, while the significance is $0.000 < \alpha$ on the level of 0.05, then H_0 is rejected and H_a is accepted which means the independent variable (store atmosphere, location and promotion) simultaneously influence dependent variable (consumer purchase interest) positively and significantly. The result of analysis of coefficient of determination (R^2) indicates that independent variable (Store atmosphere, location, and promotion) influence dependent variable (consumer purchase interest) in the amount of 52.6%, and the remaining is 47.4% is influence by other variable out of the research.

Keywords : location, promotion, and consumer purchase interest

ABSTRAK

Agus Pratama. 302 12 11 003. Pengaruh Suasana Toko, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen pada Galaxy Distro Toboali.

Penelitian ini dilatar belakangi berdasarkan fenomena yang ada menunjukkan bahwa suasana toko, lokasi dan promosi mempengaruhi minat beli konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapatkan kajian tentang pengaruh suasana toko, lokasi dan promosi terhadap minat beli konsumen pada Galaxy Distro Toboali.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 231 responden, sedangkan metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* yaitu *accidental sampling*. Pada penelitian ini variabel bebasnya terdiri dari suasana toko, lokasi dan promosi, sedangkan variabel terikatnya adalah minat beli. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian variabel suasana toko (X1) diperoleh t_{hitung} (3,454) $> T_{tabel}(1,9704)$, variabel lokasi (X2) t_{hitung} (6,303) $> T_{tabel}(1,9704)$ dan variabel promosi (X3) t_{hitung} (2,625) $> T_{tabel}(1,9704)$. Maka variabel suasana toko (X1) berpengaruh secara parsial terhadap variabel minat beli konsumen, variabel lokasi (X2) berpengaruh secara parsial terhadap variabel minat beli konsumen dan variabel promosi (X3) berpengaruh secara parsial terhadap variabel minat beli konsumen. Hasil uji F menunjukkan bahwa F_{hitung} (85,976) $> F_{tabel}$ (2,64), sedangkan signifikansi adalah $0,000 < \alpha$ pada taraf signifikansi 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel *independen* (suasana toko, lokasi dan promosi) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel *dependen* (minat beli konsumen) secara positif dan signifikan. Hasil analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel *independen* (suasana toko, lokasi dan promosi) mempengaruhi variabel *dependen* (minat beli konsumen) sebesar 52,6%, dan sisanya 47,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Kata Kunci : Suasana Toko, Lokasi, Promosi dan Minat Beli Konsumen

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas semua rahmat dan karunia-Nya yang selalu dilimpahkan kepada penulis dan kita semua. Shalawat serta salam selalu dilimpahkan kepada junjunan besar kita Rasulullah SAW beserta keluarga, para sahabat dan para pengikutnya hingga akhir jaman, amin. Penulisan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian sidang keserjanaan Program S-1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan, yang tiada lain disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak demi kebaikan dan kemajuan di masa mendatang serta untuk kepentingan ilmu pengetahuan pada umumnya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, baik berupa ilmu pengetahuan, dukungan moril maupun materil. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada **Bapak Khairiyansyah, S.E., M.M.** sebagai dosen pembimbing utama dan **Ibu Dian Prihardini Wibawa, S.E., M.M.** sebagai dosen pembimbing pendamping, atas kesabaran dalam bimbingan dan arahnya selama masa

penyusunan skripsi. Selain itu juga penulis menyampaikan rasa hormat dan penghargaan serta ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Muh. Yusuf, M.Si. selaku Rektor Universitas Bangka Belitung
2. Ibu Dr. Reniati, S.E. M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
3. Bapak M. Tanggung, S.E. MSi. selaku Ketua Jurusan Manajemen.
4. Seluruh Bapak/Ibu Dosen beserta staf di lingkungan Universitas Bangka Belitung terutama Fakultas Ekonomi.
5. Galaxy Distro Toboali yang telah memberikan izin melakukan penelitian skripsi ini.
6. Keluarga Tercinta, terutama Mama Hj. Murni dan Bapak H.Nurdin dan adikku Dewi Septiani yang selalu memberikan semangat, dukungan moral maupun materil, motivasi dan doanya kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
7. Sahabat-sahabat terbaikku yang selalu menemaniku dari awal perkuliahan: Anna Al Mu'in, Irvan Septian, Guan, Tarisna, Demy Ariyandi, Variza Vagasi, Ine Aristin, Efendi, Taufik GS, Della Yumadiah , Apriyanti dan Ade Pratiwi.
8. Teman-teman seperjuangan khususnya kelas Manajemen 3 angkatan 2012.

Akhir kata, penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menambah pengetahuan kita semua.

Balunijuk, 03 Januari 2017

Penulis,

Agus Pratama

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Pengertian Pemasaran.....	16
2.1.1 Manajemen Pemasaran	17
2.2 Konsep Penjualan Eceran.....	18

2.2.1 Pengertian Penjualan Eceran.....	13
2.2.2 Fungsi Perdagangan Eceran.....	19
2.2.3 Jenis-Jenis Toko Pengecer.....	19
2.3 Retailing Mix.....	21
2.4 Suasana Toko.....	22
2.4.1 Faktor – faktor yang mempengaruhi suasana toko.....	25
2.4.2 Dimensi Suasana Toko.....	26
2.5 Lokasi.....	27
2.5.1 Tipe - tipe lokasi.....	31
2.5.2 Dimensi Lokasi.....	37
2.6 Promosi.....	38
2.6.1 Alat-alat Promosi.....	39
2.6.2 Tujuan Promosi.....	40
2.6.3 Dimensi Promosi.....	40
2.7 Minat Beli.....	42
2.7.1 Dimensi Minat Beli.....	45
2.8 Penelitian Terdahulu.....	46
2.9 Kerangka Berpikir.....	47
2.9.1 Gambaran suasana toko, Lokasi, Promosi dan Minat beli Konsumen.....	48
2.9.2 Hubungan suasana toko dengan minat beli konsumen.....	50

2.9.3 Hubungan lokasi toko dengan minat beli konsumen.....	51
2.9.4 Hubungan promosi dengan minat beli konsumen	51
2.9.5 Hubungan suasana toko, lokasi, dan promosi dengan minat beli konsumen.....	52
2.10 Hipotesis	53
BAB III METODE PENELITIAN	54
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	55
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	55
3.3 Populasi dan Sampel	55
3.3.1 Populasi	55
3.3.2 Sampel	55
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.5 Jenis dan Sumber data.....	58
3.6 Variabel Penelitian.....	58
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	60
3.8 Pengukuran Variabel.....	63
3.9 Tehnik Analisis Data.....	63
3.9.1 Analisis deskriptif	63
3.9.2 Analisis vertifikatif.....	65
3.9.3 Uji asumsi Klasik	66
3.9.4 Analisis Regresi Berganda	68

3.9.5 Uji t –test.....	69
3.9.6 uji f	69
3.9.7 Uji determinasi (R2)	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	71
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	71
4.1.1 Profil Singkat Galaxy Distro.....	71
4.1.3 Struktur Organisasi Galaxy Distro	72
4.2 Hasil Deskriptif Penelitian	72
4.2.1 Hasil Deskriptif Karakteristik Responden	73
4.2.2 Hasil Statistik Deskriptif.....	76
4.2.3 Rekapitulasi Deskriptif Variabel.....	107
4.3 Hasil Analisis Data	107
4.3.1 Uji Validitas	107
4.3.2 Uji Reliabilitas	108
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	109
4.3.4 Analisis Regresi Berganda	113
4.3.5 Uji t	115
4.3.6 Uji F	117
4.3.7 Uji R ²	118
4.4 Pembahasan	119
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	125
5.1 Kesimpulan.....	125

5.2 Saran	126
DAFTAR PUSTAKA	100
DAFTAR LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

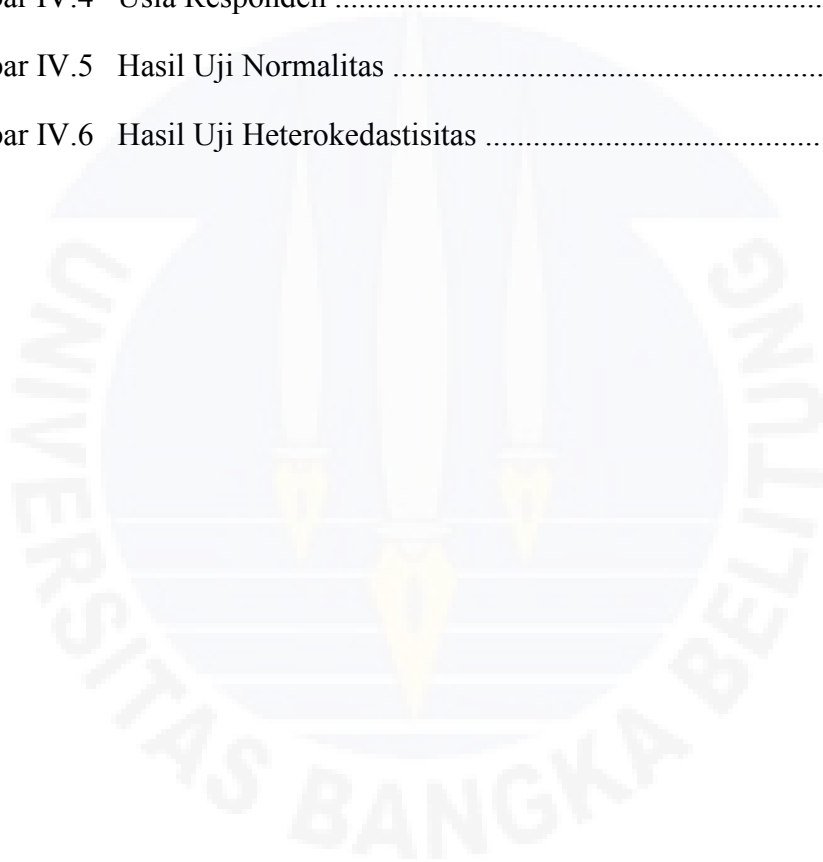
Tabell.1	Data Omset Penjualan di Galaxy Distro Tahun 2015	6
Tabell.2	Data Jumlah Konsumen Januari 2015-Desember 2015 Galaxy Distro Toboali	9
Tabell.3	Data Pra Survey Terhadap 20 Konsumen Galaxy Distro Toboali	11
Tabelll.1	Penelitian Terdahulu.....	46
Tabellll.1	Definisi Operasional Variabel.....	60
Tabellll.2	Skor Skala Likert.....	60
Tabellll.3	Kategori Skala	63
Tabel IV.1	Jenis Kelamin Responden.....	64
Tabel IV.2	Usia Responden	74
Tabel IV.3	Pendidikan Responden	76
Tabel IV.4	Indikator Keunikan	76
Tabel IV.5	Indikator Daya Tarik	78
Tabel IV.6	Indikator Penataan Layout	78
Tabel IV.7	Indikator Kesesuaian Pencahayaan	79
Tabel IV.8	Indikator Tingkat Kesetabilan Cahaya	79
Tabel IV.9	Indikator Daya Tarik Warna	80
Tabel IV.10	Indikator Keunikan Warna	80
Tabel IV.11	Indikator Kejelasan Volume Musik	81
Tabel IV.12	Indikator Kesesuaian Musik Latar	82
Tabel IV.13	Indikator Kenyamanan Suhu Udara	82

Tabel IV.14	Indikator Aroma Suasana Toko.....	83
Tabel IV.15	Rata-rata Jawaban pada Suasana Toko.....	84
Tabel IV.16	Indikator Letak Toko	85
Tabel IV.17	Indikator Posisi Strategis	85
Tabel IV.18	Indikator Tempat Parkir	86
Tabel IV.19	Indikator Keamanan	87
Tabel IV.20	Indikator Lokasi Mudah Dijangkau	87
Tabel IV.21	Indikator Lokasi Strategis	88
Tabel IV.22	Indikator Mudah di Lihat	89
Tabel IV.23	Indikator Banyak di Ketahui konsumen	89
Tabel IV.24	Indikator Fasilitas Umum	90
Tabel IV.25	Indikator Listrik Yang Memadai	91
Tabel IV.26	Rata-rata Jawaban pada Lokasi	91
Tabel IV.27	Indikator Cara Peyampaian	92
Tabel IV.28	Indikator Media yang digunakan	93
Tabel IV.29	Indikator Diskon Waktu tertentu	93
Tabel IV.30	Indikator Voucher Pembelian	94
Tabel IV.31	Indikator Hiburan	95
Tabel IV.32	Indikator Interaksi Sosial	95
Tabel IV.33	Indikator Media Sosial	96
Tabel IV.34	Indikator Peranan Telepon	97
Tabel IV.35	Indikator Membicarakan	98
Tabel IV.36	Indikator Merekomendasikan	98

Tabel IV.37	Indikator Interaksi tatap Muka	99
Tabel IV.38	Indikator Customer Membership	99
Tabel IV.39	Rata-rata Jawaban pada Promosi.....	100
Tabel IV.40	Indikator Dapat Menarik Minat Beli	101
Tabel IV.41	Indikator Kenyamanan	101
Tabel IV.42	Indikator Produk yang diminati	102
Tabel IV.43	Indikator Rasa Ingin Tahu	103
Tabel IV.44	Indikator Menyediakan Produk yang Berbeda	103
Tabel IV.45	Indikator Menyediakan Produk yang berkualitas	104
Tabel IV.46	Indikator Menawarkan Harga yang Sesuai	105
Tabel IV.47	Indikator Harga yang Terjangkau	105
Tabel IV.48	Rata-rata Jawaban pada Minat Beli.....	106
Tabel IV.49	Hasil Rekapitulasi Deskriptif Variabel.....	107
Tabel IV.50	Hasil Uji Validitas	108
Tabel IV.51	Hasil Uji Reliabilitas	109
Tabel IV.52	Hasil Uji Multikolinieritas.....	112
Tabel IV.53	Hasil Analisis Regresi Berganda	114
Tabel IV.54	Hasil Analisis Uji t	116
Tabel IV.55	Hasil Analisis Uji F	117
Tabel IV.56	Hasil Analisis Uji R^2	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Kerangka Berpikir	48
Gambar IV.1	Struktur Organisasi	72
Gambar IV.2	Jenis Kelamin Responden	74
Gambar IV.3	Pendidikan Responden	76
Gambar IV.4	Usia Responden	75
Gambar IV.5	Hasil Uji Normalitas	111
Gambar IV.6	Hasil Uji Heterokedastisitas	113



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian Lampiran
- 2 Tabulasi Jawaban Responden Lampiran
- 3 Hasil Karakteristik Responden Lampiran
- 4 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Berganda, Uji t, Uji F dan R^2
- Lampiran 8 Surat Keterangan Riset
- Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 10 Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 11 Dokumentasi Foto