

Judul Penelitian : Pengaruh *Store Atmosphere*, *In-Store Display*, Dan *Store Location* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Minimaxx Kota Kediri

Dosen Pembimbing I : Ahmad Jauhari, S.Sos.,M.M
Dosen Pembimbing II : Beny Mahyudi Saputra, S.E.,MM

Nama Mahasiswa : Ananda Putri Febryana
NPM : 20130210273

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, *in-store display*, dan *store location* terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Minimaxx Kota Kediri. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada pelanggan Kedai Kopi Minimaxx dan dihitung menggunakan aplikasi SPSS Versi 25. Teknik analisis data yang digunakan antara lain Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, dan Uji Koefisien Determinasi R². Pada Uji Validitas diketahui bahwa seluruh item pertanyaan (X₁, X₂, X₃ dan Y) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga masing-masing variabel dinyatakan valid. Kemudian pada Uji Reliabilitas masing-masing variabel dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Alpha Cronbach's* $> 0,60$. Kemudian pada Uji t diketahui bahwa variabel *store atmosphere* (X₁), *in-store display* (X₂), dan *store location* (X₃) memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga ketiga variabel tersebut secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Lalu pada Uji F menunjukkan bahwa hasil nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa *store atmosphere*, *in-store display*, dan *store location* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Minimaxx Kota Kediri.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, *In-Store Display*, *Store Location*, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1 Manfaat Operasional.....	6
1.5.2 Manfaat Akademik.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Tinjauan dan Kajian Pustaka	10
2.2.1 Manajemen Pemasaran	10
2.2.2 Keputusan Pembelian	13
2.2.3 <i>Store Atmosphere</i>	18
2.2.4 <i>In-Store Display</i>	24
2.2.5 <i>Store Location</i>	26
2.3 Teori Hubungan Antar Variabel	28
2.3.1 <i>Store Atmosphere</i> berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian	28
2.3.2 <i>In-Store Display</i> berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ..	29
2.3.3 <i>Store Location</i> berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian	30
2.3.4 <i>Store Atmosphere, In-Store Display, Dan Store Location</i> berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.4 Kerangka Berpikir	31
2.5 Hipotesis	32

2.5.1	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Minimaxx	33
2.5.2	Pengaruh <i>In-Store Display</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Minimaxx	33
2.5.3	Pengaruh <i>Store Location</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Minimaxx	34
2.5.4	Pengaruh <i>Store Atmosphre, In-Store Display, Dan Store Location</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Minimaxx.....	35
BAB III METODE PENELITIAN		36
3.1	Ruang Lingkup Penelitian	36
3.2	Jenis Penelitian	36
3.3	Lokasi Penelitian	37
3.4	Populasi dan Sampel.....	37
3.5	Teknik Pengambilan Sampel	37
3.6	Penentuan Jumlah Sampel	38
3.7	Data dan Teknik Pengumpulannya	39
3.7.1	Sumber Data	39
3.7.2	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.8	Identifikasi Variabel.....	41
3.8.1	Variabel Terikat	41
3.8.2	Variabel Bebas	41
3.9	Definisi Operasional Variabel.....	41
3.10	Teknik Analisis	43
3.10.1	Uji Instrumen	
3.10.1.1	Uji Validitas	
3.10.1.2	Uji Reliabilitas	
3.10.2	Uji Asumsi Klasik	
3.10.2.1	Uji Normalitas	
3.10.2.2	Uji Multikolinieritas	
3.10.2.3	Uji Heteroskedastisitas	