

ABSTRAKSI

Judul penelitian : **Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Produk dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Swalayan Koptan Dr. Iskak Tulungagung.**

Dosen Pembimbing : Dr. Drs. Ec. Eko Widodo M.M
Aprilia Dian Evasari, S.E, M.M

Nama Mahasiswa : Tyas Kartika Sari

NPM : 20130210363

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *store atmosphere*, kualitas produk dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada swalayan koptan Dr. Iskak Tulungagung, yang berlokasi Lokasi di jalan Dr. Wahidin Sudiro Husodo, Dsn. Kedungindah, Desa Ringinpitu, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur. Jenis penelitian menggunakan penelitian kuantitatif asosiatif, jenis data menggunakan data primer dan data sekunder, dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data seperti kuesioner, wawancara, dokumentasi, observasi dan studi pustaka. Populasi dalam penelitian adalah konsumen swalayan koptan yang jumlahnya tidak diketahui, menggunakan rumus *cochran* dalam penentuan sampelnya dengan jumlah 385. Aplikasi olah data dalam penelitian ini menggunakan *software spss*.

Variabel *store atmosphere* (X_1), kualitas produk (X_2), dan kelengkapan produk (X_3) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Swalayan Koptan Dr. Iskak Tulungagung. *Store atmosphere* memiliki koefisien regresi 0,104 ($t_{hitung} = 4,623 > t_{tabel} 1,966$, signifikansi $0,000 < 0,05$), kualitas

produk memiliki koefisien regresi 0,332 ($t_{hitung} = 9,926 > t_{tabel} 1,966$, signifikansi $0,000 < 0,05$), dan kelengkapan produk memiliki koefisien regresi 0,334 ($t_{hitung} = 11,775 > t_{tabel} 1,966$, signifikansi $< 0,05$). Ketiga variabel ini juga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian ($F_{hitung} = 59,789$, signifikansi $0,000 < 0,05$). Variabel kelengkapan produk berpengaruh paling dominan dengan persamaan regresi $Y = -1,874 + 0,104X_1 + 0,332X_2 + 0,334X_3$.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, Kelengkapan Produk dan Keputusan Pembelian.

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN.....	i
SAMPUL DALAM	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAKSI	vi
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Tinjauan dan Kajian Pustaka.....	14
2.2.1 Manajemen Pemasaran	14
2.2.2 <i>Store Atmosphere</i>	17
2.2.3 Kualitas Produk.....	20
2.2.4 Kelengkapan Produk.....	23
2.2.5 Keputusan Pembelian	25
2.3 Teori Hubungan Antar Variabel	31
2.3.1 Pengaruh Variabel <i>Store Atmosphere</i> dengan Keputusan Pembelian	31

2.3.2	Pengaruh Variabel Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	32
2.3.3	Pengaruh Variabel Kelengkapan Produk dengan Keputusan Pembelian	33
2.3.4	Pengaruh Variabel <i>Store Atmosphere</i> , Kualitas Produk dan Kelengkapan Produk dengan Keputusan Pembelian	33
2.4	Kerangka Teoritik.....	34
2.5	Formula Hipotesis	35
2.5.1	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.5.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.5.3	Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian	37
2.5.4	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> , Kualitas Produk, dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	37
2.6	Hipotesis Operasional.....	38
BAB III METODE PENELITIAN		39
3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	39
3.2	Jenis Penelitian	39
3.3	Lokasi Penelitian	40
3.4	Populasi dan Sampel	40
3.5	Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.6	Penentuan Jumlah Sampel	41
3.7	Jenis Data dan Teknik Pengumpulannya.....	42
3.7.1	Data.....	42
3.7.2	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.8	Identifikasi Variabel Penelitian.....	44
3.8.1	Variabel <i>Independen</i>	45

3.8.2	Variabel <i>Dependen</i>	45
3.9	Definisi Operasional Variabel	45
3.10	Teknik Analisis Data	49
3.10.1	Uji Validitas	49
3.10.2	Uji Reliabilitas	50
3.10.3	Uji Asumsi Klasik	50
3.10.4	Regresi Linier Berganda	52
3.10.5	Pengujian Hipotesis	53
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1	Hasil Penelitian	55
4.2	Visi Misi	56
4.2.1	Visi	56
4.2.2	Misi	56
4.3	Struktur Organisasi	56
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	57
4.4.1	Objek Penelitian	57
4.4.2	Deskripsi Responden	58
4.5	Deskripsi Variabel Penelitian	60
4.6	Pengujian Instrumen Penelitian	74
4.6.1	Analisis Validitas	74
4.6.2	Analisis Reliabilitas	75
4.6.3	Asumsi Klasik	76
4.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda	79
4.6.5	Uji t	80
4.6.6	Uji F	81
4.6.7	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	82
4.7	Interpretasi	82
4.7.1	<i>Store Atmosphere</i>	82
4.7.2	Kualitas Produk	83
4.7.3	Kelengkapan Produk	83
4.7.4	Keputusan Pembelian	83

BAB V PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	93