SKRIPSI

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE, DISPLAY* PRODUK, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TRANSMART NGAGEL SURABAYA

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

Oleh:

Caroline Ike Suwandi
201100056

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA SURABAYA
2024

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE, DISPLAY* PRODUK, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TRANSMART NGAGEL SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

OLEH :

CAROLINE IKE SUWANDI

201100056

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA SURABAYA
2024

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH STORE ATMOSPHERE, DISPLAY PRODUK, DAN FASILITAS, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TRANSMART NGAGEL SURABAYA

Oleh

Caroline Ike Suwandi

201100056

Dipertahankan di depan Penguji
Pada Tanggal 20 Februari 2024

Ketua Tim Penguji

Dr. Lilik Indrawati, S.E., M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi	Ketua Program Studi
Dr. Lilik Indrawati, S.E., M.M.	**Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M**

Sembilan Jaya

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH STORE ATMOSPHERE, DISPLAY PRODUK, DAN FASILITAS, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TRANSMART NGAGEL SURABAYA

Oleh

Caroline Ike Suwandi

201100056

Telah Diuji dan Dertahankan Dihadapan

Tim Penguji Skripsi

Pada Tanggal 20 Februari 2024

Ketua : Dr. Lilik Indrawati, S.E., M.M. .....

Anggota : 1. Dr. Thyophoida W. S. Panjaitan, M.M. .....

2. Stephanie Astrid Ayu, S.E., M.M. .....

Sambolan Jaya

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Caroline Ike Suwandi

NPM : 201100056

Fakultas : Ekonomi

Prodi : Manajemen

Judul : "Pengaruh *Store Atmosphere*, *Display* Produk, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Transmart Ngagel Surabaya"

Pembimbing

Tanggal:

Stephanie Astrid Ayu, S.E., M.M.

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Tanggal:

Dr. Thyophoida W S Panjaitan, M.M

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Caroline Ike Suwandi

Fakultas : Ekonomi

Alamat Asli : Jl. Pakis Wetan 1/1-b, Surabaya

No. Identitas : 3578067008020006

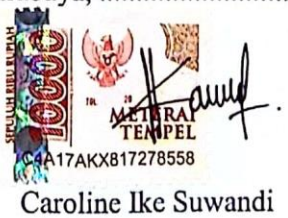
Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Pengaruh *Store Atmosphere*, *Display* Produk, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Transmart Ngagel Surabaya

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah di publikasikan secara umum maupun sebagian dalam bentuk jurnal atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Skripsi ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dijadikan rujukan dalam penulisan skripsi ini telah saya sebutkan sesuai dengan kaidah akademik yang berlaku umum. Apabila di kemudian hari terbukti ada ketidaksesuaian dan saya melakukan tindakan menyalin atau meniru karya tulis orang lain, saya bersedia menerima teguran berupa sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika, termasuk pencabutan gelar sarjana.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan dengan benar dan penuh tanggung jawab

Surabaya, 20 Februari 2023



Caroline Ike Suwandi

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul **"Pengaruh *Store Atmosphere, Display* Produk, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Transmart Ngagel Surabaya"**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam meraih derajat sarjana Manajemen (S.M) Program Strata satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penelitian tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi peneliti berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Romo Adrian Adiredjo, S.T.L., M.A., S.T.D., selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika atas dukungan yang diberikan.
2. Dr. Lilik Indrawati, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika serta selaku dosen penguji (1) yang sudah banyak membantu memberikan kritik dan saran terhadap skripsi peneliti.
3. Dr. Thyophoida W. S. Panjaitan, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika serta selaku dosen penguji (1) yang sudah banyak membantu memberikan kritik dan saran terhadap skripsi peneliti.
4. Stephanie Astrid Ayu, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing dan dosen wali yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran, untuk membimbing, serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

5. Bapak serta Ibu HRD dan karyawan Transmart Ngagel Surabaya yang telah bersedia mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian skripsi.
6. Antonius Budiono, Veronika Sukesi, dan Yohanes Okta Dwi Prasetyo selaku orang tua dan adik peneliti yang tercinta atas segala dukungan dan doanya.
7. Rima Mei, Natasya Pamelia, Felicia Neiva, Elisabeth Yolanda, dan seluruh keluarga besar yang selalu memberikan semangat selama menyelesaikan laporan skripsi ini.
8. Pingky Oktavia, Nia, Fransiska, Eccy, Raynal, teman-teman angkatan 2020 selaku teman peneliti yang senantiasa membantu dan memberikan dukungan semangat pada peneliti selama menyelesaikan laporan skripsi ini.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis cantumkan satu per satu juga mendukung penulis dalam berbagai hal untuk menyelesaikan pendidikan sarjana.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan atau masih jauh dari kesempurnaan. Peneliti berharap adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat diharapkan oleh penulis. Terimakasih untuk semua bantuan dan masukan yang berarti bagi penyelesaian skripsi ini dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaaat bagi pembaca sekalian.

Surabaya, 27 Februari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI iii

ABSTRAK viii

BAB 1 PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 8

1.3 Tujuan Penelitian 9

1.4 Manfaat Penelitian 9

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA 11

2.1 Landasan Teori 11

2.1.1 *Store Atmosphere* 11

2.1.2 *Display* Produk 14

2.1.3 Fasilitas 15

2.1.4 Keputusan Pembelian 17

2.2 Pengaruh Antar Variabel 18

2.1.1 Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian 18

2.1.2 Pengaruh *Display* Produk Terhadap Keputusan Pembelian 18

2.1.3 Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian 19

2.3 Penelitian Terdahulu 19

2.3.1 Penelitian Terdahulu 1 19

2.3.2 Penelitian Terdahulu 2 20

2.3.3 Penelitian Terdahulu 3 21

2.3.4 Penelitian Terdahulu 4 22

2.3.5 Penelitian Terdahulu 5 23

2.5 Kerangka Konseptual 26

2.6 Hipotesis Penelitian 26

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN 27

3.1 Objek Penelitian 27

3.2 Pendekatan Penelitian Dan Sumber Data 27

3.2.1 Pendekatan Penelitian 27

3.2.2 Sumber Data 28

3.3 Variabel Penelitian 28

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

3.3.1 Variabel Bebas 28
3.3.2 Variabel Terikat 29
3.4 Definisi Operasional Variabel Dan Pengukurannya 29
3.4.1 *Store Atmosphere (X1)* 29
3.4.2 *Display* Produk (X2) 30
3.4.3 Fasilitas (X3) 30
3.4.4 Keputusan Pembelian (Y) 31
3.5 Populasi dan Sampel 31
3.5.1 Populasi 31
3.5.2 Sampel 31
3.6 Metode dan Teknik Analisa Data 32
3.6.1 Metode Analisa Data 32
3.6.2 Teknik Analisis Data 34
3.6.3 Uji Asumsi Klasik 35
3.6.4 Uji Regresi Linear Berganda 36
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi (R2**)** 36
3.6.6 Uji t 37
BAB 4 39
HASIL PENELITIAN 39
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian 39
4.1.1 Sejarah Singkat Transmart Ngagel Surabaya 39
4.1.2 Struktur Organisasi 40
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian 42
4.2.1 Karakteristik Responden 43
4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden 44
4.3 Pembahasan dan Analisa Data 49
4.3.1 Uji Validitas 49
4.3.2 Uji Reliabilitas 50
4.3.3 Uji Asumsi Klasik 50
4.3.4 Uji Analisis Regresi Linear Berganda 53
4.3.5 Uji Koefisien Determinasi (R2**)** 54
4.3.6 Uji t 55
BAB 5 PENUTUP 59
5.1 Kesimpulan 59
5.2 Saran 59

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Retail Di Indonesia Menurut Jenis 2
Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran 25
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual 26
Gambar 4.1 Logo Transmart 38
Gambar 4.2 Bagan Struktur Organisasi Transmart 40
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas 54
Gambar 4.4 Kurva Uji t Variabel *Store Atmosphere* 57
Gambar 4.5 Kurva Uji t Variabel *Display* Produk 57
Gambar 4.6 Kurva Uji t Variabel Fasilitas 58

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang 20
Tabel 2.2 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang 21
Tabel 2.3 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang 23
Tabel 2.4 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang 24
Tabel 2.5 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang 25
Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert 33
Tabel 3.2 Rentang Interval Kelas 33
Tabel 3.3 Interprestasi Koefisien Determinasi 36
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden 43
Tabel 4.2 Usia Responden 43
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden 44
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Kuesioner *Store Atmosphere* (X1) 45
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Kuesioner *Display* Produk (X2) 46
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Kuesioner Fasilitas (X3) 48
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Kuesioner Keputusan Pembelian (Y) 49
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas 51
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas 52
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas 52
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas 53
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda 54
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi 56
Tabel 4.15 Hasil Uji t 57

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi retail yang berkembang secara signifikan dalam lingkungan yang dinamis, membuat pengusaha bisnis retail mencari cara untuk terus meningkatkan pengalaman berbelanja dan berupaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere, display* produk, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian konsumen di Transmart Ngagel Surabaya. Sampel penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk di Transmart Ngagel Surabaya sebanyak 75 responden. Teknik sampel yang digunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan Uji Validitas yang hasilnya dinyatakan valid karena semua nilai r_{hitung} pada penelitian ini > dari r_{tabel}. Pada hasil Uji Reliabilitas menunjukkan bahwa keseluruhan variabel memiliki Cronbach's Alpha > 0,60 sehingga dinyatakan variabel yang diteliti bersifat reliabel atau konsisten. Uji Asumsi Klasik yang digunakan yakni Uji Normalitas, menunjukan berdistribusi normal. Hasil Uji Multikolinieritas dalam penelitian ini menghasilkan tolerance value > 0,1 dan nilai VIF < 10,00 artinya tidak terjadi multikolinieritas. Uji Heteroskedastisitas dalam penelitian ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Persamaan Uji Regresi Linear Berganda yaitu Y = 6.284 + 0.163 X1 + 0.314 X2 – 0.045 X3. Uji Koefisien Determinasi menghasilkan nilai adjusted R Square sebesar 31,2% yang menunjukan variabel X *store atmosphere* (X1), *display* produk (X2), dan fasilitas (X3) memiliki kontribusi rendah terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil Uji t yang diperoleh *store atmosphere* (X1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai t hitung sebesar 1.198 < t tabel 1.9934 dengan signifikan 0,235 > 0,05. *Display* produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai t hitung sebesar 3.135 > t tabel 1.9934 dengan signifikan 0,003 < 0,05. Fasilitas (X3) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai -t hitung sebesar -0.383 > -t tabel -1.9934 dengan signifikan 0,703 > 0,05.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, *Display* Produk, Fasilitas

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai undang-undang yang berlaku.

ABSTRACT

The development of the retail economy, which is growing significantly in a dynamic environment, has made retail business entrepreneurs look for ways to continue to improve the shopping experience and try to meet consumer needs. This research aims to determine the influence of store atmosphere, product appearance and facilities on consumer purchasing decisions at Transmart Ngagel Surabaya. The sample for this research was 75 consumers who had purchased products at Transmart Ngagel Surabaya. The sample technique used was purposive sampling. The data analysis technique in this study uses a Validity Test, the results of which are declared valid because all calculated r values in this study are > than r table. The results of the Reliability Test show that all variables have a Cronbach's Alpha > 0.60 so that it is stated that the variables studied are reliable or consistent. The classic assumption test used, namely the Normality Test, shows a normal distribution. The results of the multicollinearity test in this study produced a tolerance value > 0.1 and a VIF value < 10.00, meaning that multicollinearity did not occur. The heteroscedasticity test in this study showed that heteroscedasticity did not occur. The Multiple Linear Regression Test Equation is Y = 6.284 + 0.163 X1 + 0.314 X2 – 0.045 X3. The coefficient of determination test produces an adjusted R Square value of 31.2%, which shows that the variables X store atmosphere (X1), product display (X2), and facilities (X3) have a low contribution to purchasing decisions (Y). The t test results obtained by the store atmosphere (X1) had no effect on purchasing decisions (Y) with a calculated t value of 1.198 < t table 1.9934 with a significance of 0.235 > 0.05. Product appearance (X2) has a significant effect on purchasing decisions (Y) with a t value of 3.135 > t table 1.9934 with a significance of 0.003 < 0.05. Facilities (X3) have no effect on purchasing decisions (Y) with a calculated -t value of -0.383 > -t table -1.9934 with a significance of 0.703 > 0.05.

Keywords: Store atmosphere, product display, facilities