

Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan

Pembelian Konsumen

(Analisis Deskriptif Kuantitatif Tanggapan Konsumen Mengenai *Store Atmosphere* Rumahku Art Cafe Magelang Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen)



Skripsi

Disusun Oleh :

Adityas Agung Wicaksono

07 09 03293 / KOM

**Progam Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

2012

Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

(Analisis Deskriptif Kuantitatif Tanggapan Konsumen Mengenai *Store Atmosphere* Rumahku Art Cafe Magelang Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen)



Skripsi

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun Oleh :

Adityas Agung Wicaksono

07 09 03293 / KOM

**Progam Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

2012

HALAMAN PERSETUJUAN

Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

(Analisis Deskriptif Kuantitatif Tanggapan Konsumen Mengenai *Store Atmosphere* Rumahku
Art Cafe Magelang Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen)

Skripsi

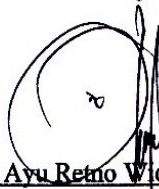
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar S.I.Kom Pada
Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Adityas Agung Wicaksono

No. Mhs : 03293/KOM

disetujui oleh :



Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos., M.Si.

Dosen pembimbing

PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2012

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian
Konsumen

(Analisis Deskriptif Kuantitatif Tanggapan Konsumen
Mengenai *Store Atmosphere* Rumahku Art Cafe Magelang
Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen)

Penyusun : Adityas Agung Wicaksono
NIM : 07 09 03293

Telah diuji dan dipertahankan pada sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada :

Hari/Tanggal : Senin, 21 Mei 2012
Pukul : 10.30 WIB
Tempat : Ruang Pendadaran lantai 2, Gedung Theresa FISIP Atma Jaya
Yogyakarta

TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si

Penguji Utama

Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos., M.Si

Penguji I

F. Anita Herawati SIP., M.Si

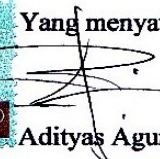
Penguji II



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul “Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian (Analisis Deskriptif Kuantitatif Tanggapan Konsumen Mengenai *Store Atmosphere* Rumahku Art Cafe Magelang Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen) merupakan hasil karya asli penulis, bukan merupakan duplikasi ataupun plagiasi dari hasil karya penulis lain. Jika Skripsi ini terbukti merupakan duplikasi ataupun plagiasi dari hasil karya penulis lain, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau saksi hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 24 April 2012

Yang menyatakan,

Adityas Agung W.



Adityas Agung Wicaksono
07 09 03293 / KOM

Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

(Analisis Deskriptif Kuantitatif Tanggapan Konsumen Mengenai *Store Atmosphere* Rumahku Art Cafe Magelang Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen)

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh bermunculnya bisnis kafe yang mulai merebak di Magelang. Kemunculan bisnis ini pun bukan hanya sekedar kafe sebagai tempat untuk konsumsi saja, melainkan kafe yang di kemas dengan mengusung tema-tema tertentu untuk membangun kenyamanan konsumen kafe selama berada di café. Tema-tema tersebut dikenal sebagai *store atmosphere*. *Store atmosphere* ini menjadi hal khusus yang di teliti tentang keterkaitan hubungannya dengan keputusan pembelian konsumen.

Sebagai sebuah penelitian baru di progam studi Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta, peneliti seringkali menemukan kesulitan. Namun, segala kesulitan tersebut dapat di atasi dengan baik dengan adanya referensi dan pengamatan yang terus dilakukan selama penelitian. Sehingga peneliti dapat menganalisa penelitian dan mengambil kesimpulan terkait penelitian ini.

Hasil dari penelitian ini pun menunjukkan bahwa *store atmosphere* kurang memiliki pengaruh pada pembelian pertama. Penyebabnya mungkin adalah *store atmosphere* hanya akan dirasakan konsumen ketika konsumen telah berada dalam sebuah kafe. Sehingga pada keputusan pembelian, terutama pembelian pertama akan lebih dipengaruhi oleh hal lain. pada penelitian ini ditemukan beberapa hal yang memperngaruhi pembelian seperti media komunikasi atau promosi dan faktor sosial.

Kata kunci : *store atmosphere*, keputusan pembelian konsumen

Persembahan

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan semua civitasnya.

Semua dari mereka yang membaca dan membutuhkan isi dalam skripsi ini untuk kebutuhan mereka.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yesus Kristus atas cinta, berkat, anugerah, pengampunan dan kemurahanNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Tangapan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Rumahku Art Cafe di Magelang”, sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pada kesempatan ini, penulis menyadari akan kemampuan yang terbatas dalam menyelesaikan skripsi ini dan usaha inipun tidak terlepas dari bimbingan, dorongan, doa serta bantuan dari semua pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung ataupun tidak langsung, dan untuk itulah dengan rendah hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tuaku, Fx. Sutanto dan R. Lucia Retno N.A yang selama ini selalu mempertanyakan kapan selesainya? Pertanyaan itu memberiku semangat dan tekanan untuk segera menyelesaikan tanggung jawabku.
2. W.S. Aji W, SH dan Andi N.W, kedua saudaraku yang selalu menghiburku dengan tawa dan kekonyolan kalian selama mengerjakan skripsi.
3. Pembimbing Skripsiku yang selalu memberikan saran dengan sangat jelas, Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos.,M.Si.
4. Fanny Kusumadewi, Aris Mei Sugiharto, Aan Setya, Ardyan Abrianto dan segenap pemilik dan staff manajemen Rumahku Art Café yang memberikan kesempatan untuk bekerja sama dan sangat kooperatif dalam pengumpulan data, yang juga membantu semangat dan inspirasi.
5. Kekasih saya satu-satunya, Devi Riandini yang selalu menyidrir tentang skripsi, sadarkah kau itu sindirian yang menyakitkan tapi penuh harapan.
6. Pak M. Khakim Kaserat, Mas Munir, Mas Kukuh, Mas Dani, Mas Fahri, Mbak Tika dan segenap “bos” di Radar Magelang Jawa Pos Group, yang secara langsung dan tidak telah memberikan semangat untuk saya kembali mengerjakan pada skripsi ini.

7. Yudo Nugroho, Valentino Puri Leva, Maria Chirstine sadipun, Anita Valencia, Christina Erika, Niko Sugiyanto, Adi Susanto dan segenap sahabat yang tidak mampu di sebutkan satu persatu, yang selama ini membantu dan menjadi teman setia, kalian semangat tersendiri buatku.

Akhir kata penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, baik dalam kalimat maupun isinya karena memang tidak ada yang sempurna. Semoga penulisan sekripsi ini dapat berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan semua pihak yang membutuhkannya.

Penulis

Adityas Agung W.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Abstrak	v
Halaman Persembahan	vi
Kata pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar tabel	xi
Daftar gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat penelitian	4
E. Kerangka Teori	4
F. Definisi Konsep	18
G. Definisi Oprasional	22
H. Hipotesis Penelitian	33
I. Metode Penelitian	33
a. Lokasi Penelitian	33
b. Jenis Penelitian	33
c. Tehnik Penelitian	34
d. Metode Pengumpulan Data	34
e. Populasi	35
f. Tehnik Penarikan Sampel	35
g. Teknik Analisa Data	36

BAB II DESKRIPSI OBJEK DAN WILAYAH PENELITIAN

A. Sejarah Berdirinya Rumahku Art Café	40
B. Logo	41
C. Visi & Misi	42
D. Eksterior, Interior dan Tata Letak	42
E. Struktur Perusahaan	44

BAB III DESKRIPSI DAN INTERPRESTASI HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi hasil Penelitian	45
-------------------------------	----

B. Pembahasan	81
BAB IV PENUTUP KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	96
B. Saran	98
Daftar Pustaka	101



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model SMCR	6
Gambar 2 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	13



Daftar Lampiran

Lampiran 1	Koesioner	102
Lampiran 2	Data Sampel	109
Lampiran 3	Hasil Olah SPSS	110
Lampiran 4	Foto Objek Penelitian	126
Lampiran 5	Struktur Perusahaan	128

