

**PENGARUH SUASANA TOKO UNIQLO *OFFLINE STORE* TERHADAP
NIAT BELI ULANG**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)
Pada Program Studi Manajemen**

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Josefien Graciella Doranggi

NPM: 180323902

**Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

2022

Skripsi
Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:
Josefien Graciella Doranggi
NPM: 180323902
Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing

Prof. Dr. MF. Sheellyana Junaedi, M. Si.

13 Juli 2022



SURAT KETERANGAN

No. 985/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari **Selasa, 2**
Agustus 2022 dengan susunan penguji sebagai berikut:

1. Dr. C. Handoyo Wibisono, MM. CSA. (Ketua Penguji)
2. Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB., Ph.D. (Anggota)
3. Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si. (Anggota)

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Josefien Graciella Doranggi

NPM : 180323902

Dinyatakan

Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini skripsi Josefien Graciella Doranggi telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji. Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Alamat

Kampus III Gedung Bonaventura
Jalan Babarsari 43 Yogyakarta 55281

URL

<https://fbe.uajy.ac.id>

Kontak

Telepon : +62-274-487711 ext. 3120, 3127
Fax : +62-274-485227
Surel : fbe@uajy.ac.id



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH SUASANA TOKO UNIQLO *OFFLINE STORE* TERHADAP NIAT BELI ULANG

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Baik pernyataan, ide, maupun kutipan secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis didalam skripsi ini ada tercantum pada daftar pustaka. Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan plagiasi, baik sebagian maupun seluruh dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Sleman, 13 Juli 2022

Yang menyatakan



Josefien Graciella Doranggi

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan kasih karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Suasana Toko Uniqlo *Offline Store* terhadap Niat Beli Ulang”. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) Manajemen pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Adapun kendala, kesulitan, suka dan duka yang dihadapi penulis dalam prosen penyusunan skripsi ini, bisa dilalui oleh penulis berkat adanya dukungan, bantuan dan doa yang diberikan oleh berbagai pihak.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada seluruh pihak yang sudah berperan dalam mendukung penulis menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis ditujukan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan hikmat, akal budi, kebijaksanaan, kesehatan, kesabaran serta kekuatan dalam kehidupan saya sampai saat ini hingga saya dapat menyelesaikan proses penulisan skripsi ini.
2. Keluarga saya yaitu Papa, Mama, dan Jaqueline yang selalu memberikan bimbingan pertolongan, dukungan, waktu, tenaga dan doa selama ini.
3. Ibu Prof. Dr. MF. Sheellyana Junaedi, M.Si. yang selama kurang lebih 5 bulan ini sudah membimbing saya dalam pengerjaan skripsi ini di tengah jadwal Bu Sheelly yang sangat padat. Sehingga, atas bimbingan dan arahnya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Seluruh civitas akademika Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah berdedikasi dalam memberikan ilmu dan jasa.
5. *Group It's a Match* (Jaqueline, Audrey dan Ivan) yang selalu menjadi teman baik saya selama ini.
6. Teman-teman Senat Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta 2016-2020 yang sudah membantu dan memberi semangat selama perkuliahan berlangsung.

7. Seluruh teman bimbingan skripsi Prof. Sheelly (Kak willy, Ario, Jeklin, Icha, Laras, Michael, Yesaya, Ocha, Excel, Olin, Sheilla, Kevin, Axel, Yosep, Agung dan Jessica) yang telah memberikan dukungan satu sama lain selama proses penulisan skripsi.
8. Teman-teman yang sudah mendukung, memberikan saran dan mewarnai hari-hari saya selama perkuliahan berlangsung sampai akhirnya menyelesaikan studi saya di Atma Jaya Yogyakarta.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan, motivasi, bantuan, dan doa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Sleman, 13 Juli 2022

Penulis



Josefien Graciella Doranggi

MOTTO



**IA MENYEMBUHKAN ORANG-ORANG YANG PATAH HATI DAN
MEMBALUT LUKA-LUKA MEREKA.**

MAZMUR 147 : 3

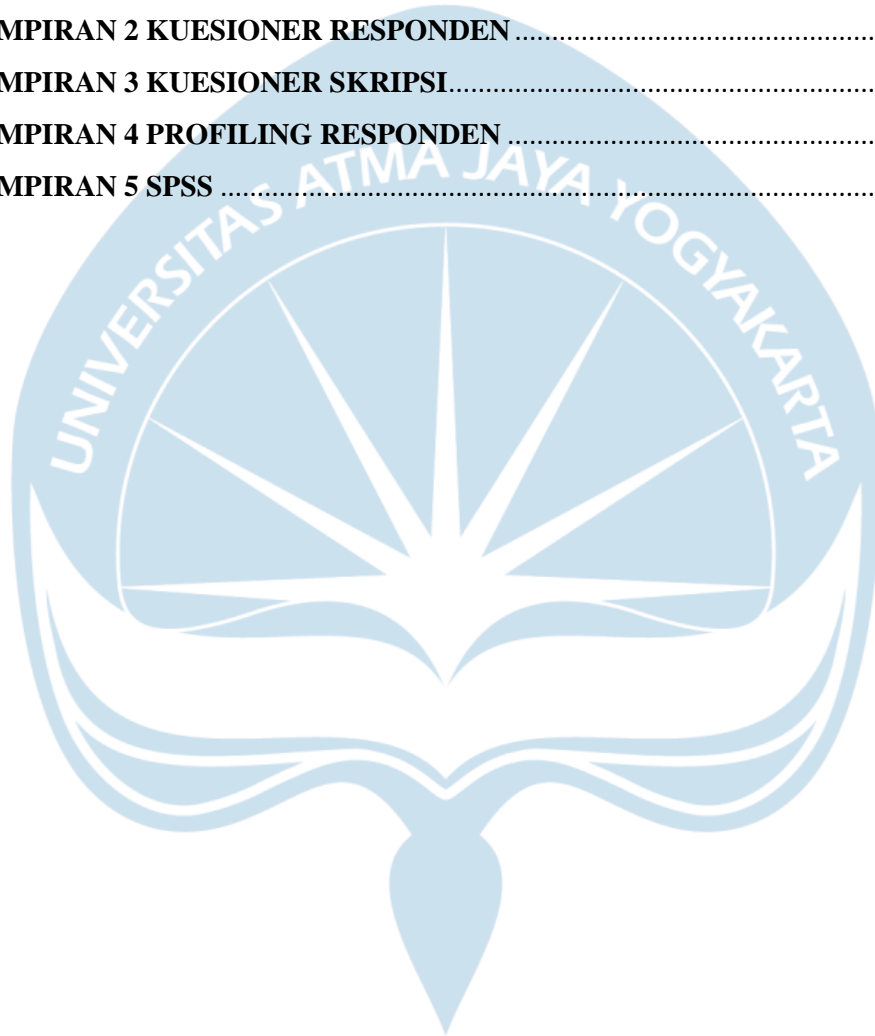
DAFTAR ISI

Skripsi	i
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
MOTTO	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
Abstrak	xiv
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	7
2.1. <i>Fast Fashion Retail Industry</i>	7
2.2. Suasana Toko	8
2.2.1. Eksterior	10
2.2.2. <i>General Interior</i>	10
2.2.3. Tata Letak Toko.....	11
2.2.4. <i>Interior Display</i>	12
2.3. Niat Beli Ulang	13
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	14
2.4.1. Hubungan antara Eksternal terhadap Niat Beli Ulang.....	14
2.4.2. Hubungan antara <i>General Interior</i> terhadap Niat Beli Ulang	14
2.4.3. Hubungan antara Tata Letak Toko terhadap Niat Beli Ulang.....	15
2.4.4. Hubungan antara <i>Interior Display</i> terhadap Niat Beli Ulang	15
2.5. Gambar Model Riset.....	16
2.6. Ringkasan Penelitian Terdahulu	17
BAB III.....	22

3.1.	Jenis Penelitian.....	22
3.2.	Lokasi Penelitian.....	22
3.3.	Subjek dan Objek Penelitian	22
3.4.	Sumber Data.....	23
3.5.	Populasi dan Sampel.....	23
3.6.	Definisi Operasional.....	24
3.7.	Metode Pengambilan	27
3.8.	Pengujian Instrumen	27
3.9.	Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....	28
3.10.	Analisis Uji Regresi Linear Berganda.....	28
3.11.	Pengujian Hipotesis.....	29
3.11.1.	Uji Koefisien Determinasi R^2	29
3.11.2.	Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji-t).....	29
3.11.3.	Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji – F).....	30
BAB IV	31
4.1.	Pengantar.....	31
4.2.	Analisis Profil Responden	32
4.2.1.	Usia	32
4.2.2.	Jenis Kelamin	32
4.2.3.	Rata – Rata Pemasukan per Bulan	33
4.2.4.	Anggaran Belanja Produk Fesyen.....	33
4.2.5.	Mengetahui Merek Uniqlo	34
4.2.6.	Pernah Mengunjungi Uniqlo <i>Offline Store</i>	35
4.2.7.	Pernah Membeli Produk Uniqlo di Uniqlo <i>Offline Store</i>	35
4.2.8.	Alasan Membeli Produk Uniqlo di Uniqlo <i>Offline Store</i>	36
4.2.9.	Jenis Produk yang Dibeli.....	36
4.2.10.	Jumlah Produk yang Ada di Lemari Responden.....	37
4.2.11.	Alasan Responden Melakukan Pembelian Ulang produk Uniqlo di Uniqlo <i>Offline Store</i>	37
4.3.	Uji Validitas.....	38
4.4.	Uji Reliabilitas.....	39
4.5.	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	40

4.6.	Analisis Regresi Linear Berganda	44
4.6.1.	Pengaruh Eksternal terhadap Niat Beli Ulang	45
4.6.2.	Pengaruh <i>General Interior</i> terhadap Niat Beli Ulang	45
4.6.3.	Pengaruh Tata Letak Toko terhadap Niat Beli Ulang	45
4.6.4.	Pengaruh <i>Interior Display</i> terhadap Niat Beli Ulang	45
4.7.	Uji Beda Regresi Responden Laki-Laki dan Perempuan	46
4.7.1.Pengaruh Eksternal terhadap Niat Beli Ulang Pada Responden Laki-Laki	47
4.7.2.	Pengaruh <i>General Interior</i> terhadap Niat Beli Ulang Pada Responden Laki-Laki	47
4.7.3.	Pengaruh Tata Letak Toko terhadap Niat Beli Ulang Pada Responden Laki-Laki	47
4.7.4.	Pengaruh <i>Interior Display</i> terhadap Niat Beli Ulang Pada Responden Laki-Laki	47
4.7.5.Pengaruh Eksternal terhadap Niat Beli Ulang Responden Perempuan	49
4.7.6.	Pengaruh <i>General Interior</i> terhadap Niat Beli Ulang Responden Perempuan	49
4.7.7.	Pengaruh Tata Letak Toko terhadap Niat Beli Ulang	49
4.7.8.	Pengaruh <i>Interior Display</i> terhadap Niat Beli Ulang	49
4.8.	Pembahasan	49
4.8.1.	Pengaruh Eksternal terhadap Niat Beli Ulang	50
4.8.2.	Pengaruh <i>General Interior</i> terhadap Niat Beli Ulang	50
4.8.3.	Pengaruh Tata Letak Toko terhadap Niat Beli Ulang	51
4.8.4.	Pengaruh <i>Interior Display</i> terhadap Niat Beli Ulang	52
BAB V	53
5.1.	Pengantar	53
5.2.	Kesimpulan	53
5.2.1.	Karakteristik Responden	53
5.2.2.	Pengaruh Eksternal terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan	54
5.2.3.	Pengaruh <i>General Interior</i> terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan	54
5.2.4.	Pengaruh Tata Letak Toko terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan	54

5.2.5. Pengaruh <i>Interior Display</i> terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan	54
5.3. Implikasi Manajerial	54
5.4. Keterbatasan dan Saran Penelitian.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN 1 PILOT STUDY.....	59
LAMPIRAN 2 KUESIONER RESPONDEN	69
LAMPIRAN 3 KUESIONER SKRIPSI.....	71
LAMPIRAN 4 PROFILING RESPONDEN	74
LAMPIRAN 5 SPSS	139



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	24
Tabel 3. 2 Klasifikasi Tingkat Capaian Responden (TCR).....	28
Tabel 4. 1 Usia	32
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4. 3 Rata-Rata Pemasukan per Bulan	33
Tabel 4. 4 Anggaran Belanja Produk Fesyen	34
Tabel 4. 5 Mengetahui Merek Uniqlo.....	34
Tabel 4. 6 Pernah Mengunjungi Uniqlo Offline Store.....	35
Tabel 4. 7 Pernah Membeli Produk Uniqlo di Uniqlo Offline Store.....	35
Tabel 4. 8 Alasan Membeli Produk Uniqlo di Uniqlo Offline Store.....	36
Tabel 4. 9 Jenis Produk Uniqlo yang Dibeli	37
Tabel 4. 10 Jumlah Produk yang Dimiliki	37
Tabel 4. 11 Alasan Melakukan Pembelian Ulang Produk Uniqlo di Uniqlo Offline Store.....	38
Tabel 4. 12 Tabel Validitas	39
Tabel 4. 13 Tabel Reliabilitas	40
Tabel 4. 14 Uji Statistik Deskriptif Variabel Esternal.....	40
Tabel 4. 15 Uji Statistik Deskriptif Variabel General Interior	41
Tabel 4. 16 Uji Statistik Deskriptif Variabel Tata Letak Toko	42
Tabel 4. 17 Uji Statistik Deskriptif Variabel Interior Display.....	42
Tabel 4. 18 Uji Statistik Deskriptif Variabel Niat Beli Ulang Pelanggan	43
Tabel 4. 19 Regresi Linear Berganda.....	44
Tabel 4. 20 Jenis Kelamin Laki-Laki	46
Tabel 4. 21 Jenis Kelamin Perempuan.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Global Retail Development Index 20212

Gambar 2. 1 Store Atmosphere (Berman et al., 2018)..... 9

Gambar 2. 2. Logo Uniqlo 10



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 PILOT STUDY	59
Lampiran 2 KUESIONER RESPONDEN.....	69
Lampiran 3 KUESIONER SKRIPSI	71
Lampiran 4 PROFILING RESPONDEN	74
Lampiran 5 SPSS	139



PENGARUH SUASANA TOKO UNIQLO *OFFLINE STORE* TERHADAP NIAT BELI ULANG

Josefien Graciella Doranggi

Sheellyana Junaedi

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsari 43 – 44, Yogyakarta

Abstrak

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui hasil pengujian dari pengaruh yang diberikan oleh variabel independen dari Suasana Toko, yaitu elemen eksterior, *general interior*, tata letak toko dan *interior display* terhadap variabel dependen yaitu niat beli ulang. Objek yang ditentukan dalam penelitian ini adalah Uniqlo *Offline Store*. Data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner *google form* yang dibagi menjadi dua bagian yaitu *profiling* responden dan pernyataan dengan skala Likert. Dalam penelitian ini terdapat 163 data responden yang dianalisis menggunakan alat analisis SPSS versi 23. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Uniqlo *Offline Store* sedangkan sampel penelitian ini responden yang mengetahui merek Uniqlo, pernah mengunjungi Uniqlo *Offline Store* dan pernah membeli produk Uniqlo di Uniqlo *Offline Store*. Metode yang digunakan untuk pengambilan data dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* yang membatasi responden untuk tidak mendapat kesempatan yang sama untuk menjadi sampel dengan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, hanya *general interior* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat beli ulang. Sedangkan variabel eksternal, tata letak toko dan *interior display* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat beli ulang pelanggan.

Kata Kunci: Eksternal, *General Interior*, Tata Letak Toko, *Interior Display*, Niat Beli Ulang.