

**PENGARUH *STORE AMBIENCE*, *MERCHANDISE*, DAN
STORE SERVICE TERHADAP NIAT BELI DAN DAMPAKNYA
PADA PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S1
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Albertus Wimba Wahyu Aji

NPM: 180324094

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2024

SKRIPSI

**PENGARUH *STORE AMBIENCE*, *MERCHANDISE*, DAN
STORE SERVICE TERHADAP NIAT BELI DAN DAMPAKNYA
PADA PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN**

Disusun oleh:

Albertus Wimba Wahyu Aji

NPM: 180324094

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Wenefrida Mahestu N Krisjanti, SE., M.Sc. IB, Ph.D.

Tanggal, 16 Mei
2024

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH *STORE AMBIENCE, MERCHANDISE, DAN STORE SERVICE* TERHADAP NIAT BELI DAN DAMPAKNYA PADA PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN

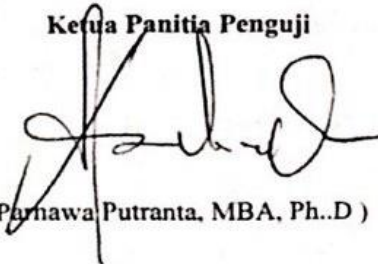
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Albertus Wimba Wahyu Aji
NPM: 180324094


Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 7 Juni 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajenen (S1) Program Studi Manajemen.

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


(Pamawa Putranta, MBA, Ph..D)

Anggota Panitia Penguji


(Vonezyo Yupanzara Dharomesz, SE., MBA.)


(Wenefrida Mahestu N Krisjanti, SE., M.Sc. IB, Ph.D.)

Dekan
Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta


(Wenefrida Mahestu N Krisjanti, SE., M.Sc. IB, Ph.D.)

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

PENGARUH *STORE AMBIENCE*, *MERCHANDISE*, DAN *STORE SERVICE* TERHADAP NIAT BELI DAN DAMPAKNYA PADA PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, ataupun kutipan baik langsung atau tidak langsung yang bersumber pada tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang diperoleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 14 Mei 2024

Yang menyatakan,



Albertus Wimba Wahyu Aji

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Bapa, Allah Putra, dan Roh Kudus atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Store Ambience, Merchandise, dan Store Service terhadap Niat Beli dan Dampaknya pada Perilaku Pembelian Konsumen” dengan baik dan lancar sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam penulisan skripsi ini, banyak pihak yang memberikan dukungan, bimbingan, dan motivasi bagi penulis yang tentu sangat berarti dalam penulisan skripsi ini. Dengan segenap kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Allah Bapa, Allah Putra dan Roh Kudus.
2. Santo Albertus, serta Para Santo dan Santa di seluruh dunia.
3. Bapak Yoventius Herman Subandi dan Ibu Lusia Sri Wahyuni selaku orang tua yang selalu memberi dukungan disaat senang maupun susah.
4. Para konsumen Ceko Motor yang telah mendukung proses pengumpulan data.
5. Nelles, Josefien, Ancha, Maxi, Rendy, Galih, Aldo, Vian, Mikel, Ancas yang telah mendukung proses skripsi ini.
6. Ibu Wenefrida Mahestu N Krisjanti, SE., M.Sc. IB, Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi.
7. Bapak selaku dosen pembimbing akademik.
8. Dan seluruh keluarga, sahabat, teman, tim CC Vomit Crew, Pemuda-Pemudi Ceko, HAMMER 2018, Garis Keras PSS Sleman serta segenap civitas UAJY yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang diberikan akan diterima dengan senang hati dan akan menjadi motivasi bagi penulis untuk menjadi lebih baik dalam membuat penelitian lagi nantinya. Semoga penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya, perusahaan dan bagi semua orang yang membacanya

Yogyakarta, 16 Mei 2024



Penulis,

Albertus Wimba Wahyu Aji

PENGARUH *STORE AMBIENCE*, *MERCHANDISE*, DAN *STORE SERVICE* TERHADAP NIAT BELI DAN DAMPAKNYA PADA PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN

oleh:

Albertus Wimba Wahyu Aji
NPM: 180324094

Pembimbing
Wenefrida Mahestu N Krisjanti, SE., M.Sc. IB, Ph.D.

Abstrak

Perilaku konsumen dalam berbelanja perlu diamati dalam rangka meningkatkan niat beli konsumen melalui penerapan strategi pemasaran *store ambience*, *merchandise*, dan *store service*. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *store ambience*, *merchandise*, dan *store service* terhadap niat pembelian serta menguji pengaruh niat pembelian terhadap perilaku belanja. Penelitian dilakukan pada 145 orang konsumen yang pernah berbelanja minimal sebanyak 3 kali di toko Ceko Motor. Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang diukur menggunakan skala likert. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda maupun analisis regresi linier sederhana.

Temuan hasil penelitian adalah: 1) *Store ambience* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat beli. 2) *Merchandise* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat beli. 3) *Store service* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat beli. 4) Niat beli memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian.

Kata kunci : *store ambience*, *merchandise*, *store service*, niat beli dan perilaku pembelian

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
1.6. Sistematika Penulisan	7
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI	9
2.1. Suasana Toko (<i>Store Ambience</i>)	9
2.2. Barang Dagangan (<i>Merchandise</i>).....	11
2.3. Layanan Toko (<i>Store Service</i>).....	13
2.4. Niat Pembelian (<i>Purchase Intention</i>)	15
2.5. Perilaku Belanja (<i>Buying Behavior</i>).....	17
2.6. Penelitian Terdahulu	19
2.7. Pengembangan Hipotesis.....	26
2.8. Kerangka Penelitian.....	30
BAB III	31
METODE PENELITIAN	31

3.1.	Desain Penelitian	31
3.2.	Populasi, Sampel dan Jumlah Sampel Penelitian	31
3.4.	Metode Pengumpulan Data	34
3.5.	Metode Pengukuran Data	35
3.6.	Metode Pengujian Instrumen.....	35
3.6.1.	Uji Validitas	35
3.6.2.	Uji Reliabilitas	36
3.7.	Metode Analisis Data	36
3.7.1.	Statistik Deskriptif Karakteristik Demografi Responden	36
3.7.2.	Penilaian Responden Pada Variabel Penelitian.....	36
3.7.3.	Analisis Regresi Linier Berganda	38
3.7.4.	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	40
BAB IV	43
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	43
4.1.	Karakteristik Demografi Responden	43
4.1.1.	Uji Validitas	45
4.1.2.	Uji Reliabilitas	46
4.2.	Penilaian Responden Pada Variabel <i>Store Ambience</i>	47
4.2.1.	Penilaian Konsumen Pada Variabel <i>Store Ambience</i>	47
4.2.2.	Penilaian Konsumen Pada Variabel <i>Merchandise</i>	48
4.2.3.	Penilaian Konsumen Pada Variabel <i>Store Service</i>	49
4.2.4.	Penilaian Konsumen Pada Variabel Niat Pembelian	50
4.2.5.	Penilaian Konsumen Pada Variabel Perilaku Belanja.....	51
4.3.	Pengaruh <i>Store Ambience</i> , <i>Merchandise</i> , dan <i>Store Service</i> Terhadap Niat Pembelian	52
4.4.	Pengaruh Niat Pembelian Terhadap Perilaku Belanja	53
4.5.	Pembahasan	54
4.5.1.	Pengaruh <i>store ambience</i> terhadap niat pembelian.....	54
4.5.2.	Pengaruh <i>merchandise</i> terhadap niat pembelian.....	55
4.5.3.	Pengaruh <i>store service</i> terhadap niat pembelian.....	56
4.5.4.	Pengaruh Niat Pembelian Terhadap Perilaku Belanja	57
BAB V	59

PENUTUP.....	59
5.1. Kesimpulan.....	59
5.2. Implikasi Manajerial dan Saran.....	60
5.3. Keterbatasan Penelitian	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	32
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Pengalaman Belanja di Ceko Motor	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Waktu Pembelian Terakhir....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Peruntukan Pembelian Produk	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 7 Uji Validitas	45
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4. 9 Deskripsi Penilaian Konsumen Pada Variabel Store Ambience.....	47
Tabel 4. 10 Deskripsi Penilaian Konsumen Pada Variabel Merchandise.....	48
Tabel 4. 11 Deskripsi Penilaian Konsumen Pada Variabel Store Service	49
Tabel 4. 12 Deskripsi Penilaian Konsumen Pada Variabel Niat Pembelian.....	50
Tabel 4. 13 Deskripsi Penilaian Konsumen Pada Variabel Perilaku Belanja.....	51
Tabel 4. 14 Pengaruh Store Ambience, Merchandise, dan Store Service Terhadap Niat Pembelian	52
Tabel 4. 15 Pengaruh Niat Pembelian Terhadap Perilaku Belanja.....	53

DAFTAR BAGAN

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian 30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner	65
Lampiran II Data Jawaban Responden	70
Lampiran III Analisis Persentase	79
Lampiran IV Uji Validitas & Reliabilitas.....	81
Lampiran V Analisis Deskriptif	86
Lampiran VI Analisis Regresi Linier Berganda.....	88
Lampiran VII Analisis Regresi Linier Sederhana	89
Lampiran VIII Tabel R 5%.....	90