



ABSTRAK

PENGARUH SUASANA TOKO (*STORE ATMOSPHERE*), HARGA DAN LOKASI TERHADAP MOTIVASI BELI KONSUMEN PADA TOKO BUKU ZANAFI DI PEKANBARU

(Studi Kasus Pada Toko Buku Zanafa di Komplek MTC/GIANT Panam)

OLEH:

BONARDO HUTAGAOL

11371102316

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh suasana toko (store atmosphere), harga dan lokasi terhadap motivasi beli konsumen pada toko buku zanafa di Pekanbaru (Studi Kasus Pada Toko Buku Zanafa di Komplek MTC/GIANT Panam). Penelitian ini menggunakan data premier dengan total pengunjung pada tahun 2016 yang dijadikan sebagai populasi sebanyak 58.396 orang. Metode pengumpulan data adalah kuisisioner, observasi dan interview sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 orang pengunjung yang datang selama masa penelitian. Analisis data menggunakan alat analisis uji kualitas data terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, sedangkan alat analisis uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji autokorelasi, uji heterokedastisitas, uji multikolinearitas dan alat analisis uji hipotesis terdiri dari uji parsial (uji t), uji simultan (uji f), koefisien determinasi (R^2). Hasil analisis data atau regresi linear berganda menunjukkan bahwa Koefisien regresi variabel suasana toko adalah sebesar 0,587 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan suasana toko mengalami kenaikan 1 satuan maka motivasi beli akan mengalami kenaikan sebesar 0,587. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif dan signifikan antara suasana toko dengan motivasi beli. Koefisien regresi variabel harga adalah sebesar -0,078 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan harga mengalami kenaikan 1 satuan maka motivasi beli akan mengalami penurunan sebesar -0,078. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan tidak signifikan antara harga dengan motivasi beli. Koefisien regresi variabel lokasi adalah sebesar 0,454 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan lokasi mengalami kenaikan 1 satuan maka motivasi beli akan mengalami kenaikan sebesar 0,454. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif dan signifikan antara lokasi dengan motivasi beli. Perolehan perhitungan koefisien determinasi bahwa suasana toko, harga dan lokasi mampu menjelaskan motivasi beli konsumen sebesar sebesar 51,8% sedangkan sisanya 48,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Suasana Toko (Store Atmosphere), Harga, Lokasi, Motivasi Beli*