

**PENGARUH SUASANA TOKO (*STORE ATMOSPHERE*)
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
TOKO BUKU ZANAFI PEKANBARU**

SKRIPSI

OLEH :

TAUFIQ ALMIZAN
11071103491



**PROGRAM S1
JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM
PEKANBARU
RIAU
2014**

**PENGARUH SUASANA TOKO (*STORE ATMOSPHERE*)
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
TOKO BUKU ZANAF A PEKANBARU**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral
Compherensip Strata 1 Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

OLEH :

TAUFIQ ALMIZAN
11071103491



**PROGRAM S1
JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM
PEKANBARU
RIAU
2014**

4

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : TAUFIQ ALMIZAN
NIM : 11071103491
JURUSAN : MANAJEMEN S1
SEMESTER : (V111) DELAPAN
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
JUDUL : **PENGARUH SUASANA TOKO (*STORE ATMOSPHERE*) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO BUKU ZANAF PEKANBARU**
TANGGAL UJIAN : 21 APRIL 2014

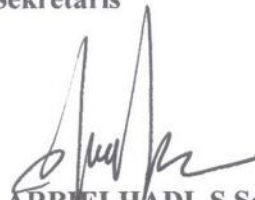
PANITIA PENGUJI:

Ketua



Dr. MAHENDRA ROMUS, SP, M.Ec
NIP: 19711119 200501 1 004

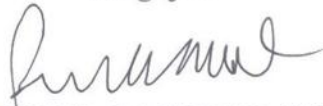
Sekretaris



LARBIELHADI. S, Sos
NIK. 130714012

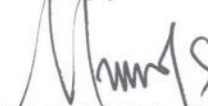
DI KETAHUI OLEH :

Penguji I



FERIZAL RACHMAD, SE,MM
NIK. 130 707 010

Penguji II



MERI SANDORA, SE,MM
NIP: 19790505 200710 2 001

ABSTRAK

PENGARUH SUASANA TOKO (STORE ATMOSPHERE) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO BUKU ZANAFPEKANBARU

Oleh
TAUFIQ ALMIZAN
11071103491

Penelitian ini dilakukan di Toko Buku Zanafa Pekanbaru yang beralamat di Jl. H.R. Soebrantas Giant No. 39 Pekanbaru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh suasana toko (Store Atmosphere) terhadap minat beli konsumen pada Toko Buku Zanafa Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Toko Buku Zanafa Pekanbaru pada priode Desember 2012 yang berjumlah 46.789 orang konsumen. Sampel dalam penelitian ini adalah 100responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengantechnik accidental Sampling. Metode pengumpulandata menggunakan kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linier berganda dan data tersebut dianalisis menggunakan program SPSS V.20.

Setelah dilakukan tinjauan pustaka dan penyusunan hipotesis, data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 100 responden pada Toko Buku Zanafa Pekanbaru yang diperoleh dengan menggunakan teknik accidental sampling. Kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis regresi berganda. Analisis ini meliputi: uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta analisis koefisien determinasi (R^2). Dari analisis tersebut diperoleh persamaan regresi:

$$Y = 1.517 + 0,405X_1 - 0,103X_2 + 0,716X_3 + 0,120X_4 + e$$

Dimana variabel komunikasi visual (X_1), dan warna (X_3)berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, sedangkan variabel pencahayaan (X_2) dan pendingin ruangan (X_4) tidak berpengaruh signifikan. Dari hasil koefisien regresi yang didapat menunjukkan faktorwarna($3 = 4.439$) menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi minat beli konsumen. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabelkomunikasi visual dan warna terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen minat beli konsumen. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa keempat variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen minat beli konsumen. Angka Adjusted R Square sebesar 0.352 menunjukkan bahwa 35.2persen variabel minat beli konsumen dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 64,8 persen dijelaskan oleh faktor lain.

Keyword : Komunikasi Visual, Pencahayaan, Warna, Pendingin Ruangan dan Minat Beli Konsumen.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Segala Puja dan Puji hanyalah milik Allah *Subhanahu Wata'ala* atas segala rahmat serta karunia yang telah diberikanNya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Suasana Toko (*Store Atmosphere*) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Buku *Zanafa Pekanbaru*”** sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari tanpa adanya doa, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, penulisan skripsi ini tidak akan dapat terwujud. Oleh karena itu perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Mahendra Romus, M.Ec., Ph.D. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Mulia Sosiady, SE., MM., Ak. Selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Fakhurrozi, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak meluangkan waktu, perhatian, dan

motivasi untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi.

4. Dr. Doni Martias, SE., MM. Selaku dosen konsultasi proposal yang telah banyak meluangkan waktu, perhatian untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan proposal skripsi.
5. Ibu Nurlasera, SE., M.Si. Selaku penasehat akademis yang telah banyak membantu dalam memberikan sumbangan saran dan pemikiran dalam pengembangan ilmu dan kemampuan saya sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Seluruh Dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Terimakasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua yang tercinta, Ahmad dan Rita Hayati yang telah memberikan cinta, kasih sayang, pengorbanan serta memberikan dukungan moril maupun materil serta senantiasa mendoakan keberhasilan dan kesuksesan bagi penulis selama menuntut ilmu.
8. Kakakku Hasmirna yang tercinta dan adikku yang tersayang, yang telah memberikan kasih dan sayangnya, memberikan semangat dan keyakinan bahwa saya bisa menyelesaikan kuliah serta senantiasa mendoakan keberhasilan dan kesuksesan bagi penulis selama menuntut ilmu.

9. Terima kasih tak terhingga kepada Ketua RT Bapak Nasir Nasution, Pengurus musallah assakinah ustadz Sofyan dan ustadz Mukhlis yang telah memberikan kasih dan sayangnya, memeberikankan dukungan moril dan materil serta memberikan penulis tempat tinggal sebagai ghorim dan imam di musallah assakinah selama dalam proses perkuliahan.
10. Terimakasih tak terhingga kepada Jamaah musallah assakinah, Bapak-bapak dan ibu-ibu komplek, murid-murid beserta masyarakat Putri Tujuh yang telah memberikan kasih dan sayangnya serta menganggap penulis seperti keluarganya sendiri serta memberikan dukungan moril dan materil bagi penulis.
11. Terimakasih kepada Abang Dasuki dan Mastaiin Alamin sebagai teman seperjuangan ghorim dimusallah assakinah yang telah banyak memberikan semangat, senyuman, canda dan tawa sehingga kehidupan penulis lebih berwarna
12. Pimpinan dan karyawan Toko Buku Zanafa Pekanbaru yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian.
13. Terimakasih banyak buat sahabat terbaik Fajrul Falah Arazi, Rudi Irawan dan Sayful Bahri yang telah banyak memberikan bantuan dukungan moral, motivasi dan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
14. Teman-teman seperjuangan di Manajemen lokal E dan Manajemen Pemasaran B angkatan 2010 yang selalu memberikan semangat dan kerjasamanya dalam menyelesaikan study.

15. Responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner.

16. Seluruh pihak-pihak yang terkait yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah banyak memberikan bantuan, pengarahan, dan kerjasama dalam penyusunan skripsi ini, maupun dalam kehidupan penulis.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Allah *Subhanahu Wata'ala* berkenan membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, Saudara dan teman-teman sekalian.

Semoga skripsi ini biasa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan. Segala kritik dan saran atas skripsi ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Pekanbaru, April 2014
Penulis

TAUFIQ ALMIZAN

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pengertian Pemasaran	8
2.2 Segmentasi, Target dan Posisi (STP)	9
2.2.1 Segmentasi Pasar	9
2.2.2 Target Pasar	10
2.2.3 Posisi	11
2.3 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	11
2.4 Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)	13
2.5 Prilaku Konsumen	18
2.6 <i>Retailing</i>	22
2.7 Suasana Toko (<i>Store Atmosphere</i>)	23
2.8 Minat Beli Konsumen	27
2.9 Minat Beli Konsumen dalam Perspektif Islam	29
2.10 Penelitian Terdahulu	32
2.11 Kerangka Pemikiran	33
2.12 Hipotesis	34
2.13 Variabel Penelitian	34
2.14 Operasionalisasi Variabel	34

BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	37
3.2 Jenis dan Sumber Data	37
3.3 Teknik Pengumpulan Data	37
3.4 Populasi dan Sampel	38
3.5 Analisis Data	40
3.6 Uji Kualitas Data	42
3.6.1 Uji Validitas	42
3.6.2 Uji Reliabilitas	42
3.6.3 Uji Normalitas Data	43
3.7 Uji Asumsi Klasik	43
3.7.1 Uji Multikolonieritas	43
3.7.2 Uji Autokorelasi	44
3.7.3 Uji Heterokedastisitas	45
3.8 Regresi Linear Berganda.....	46
3.9 Uji Hipotesis	46
3.9.1 Uji Secara Parsial (Uji t)	47
3.9.2 Uji Secara Simultan (Uji F)	46
3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2)	47
 BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	 48
4.1 Sejarah Berdirinya Toko Buku Zanafa	48
4.2 Visi	50
4.3 Misi	50
4.4 Struktur Organisasi Toko Buku Zanafa	50
 BAB V HASIL PEMBAHASAN DAN PENELITIAN	 57
5.1 Karakteristik Responden	57
5.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
5.1.2 Responden Berdasarkan Usia	57
5.1.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	58

5.1.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
5.2	Deskripsi Variabel	60
5.2.1	Komunikasi Visual (X_1)	60
5.2.2	Pencahayaan (X_2)	62
5.2.3	Warna (X_3)	63
5.2.4	Pendingin Ruangan (X_4)	65
5.2.5	Minat Beli Konsumen (Y)	66
5.3	Uji Kualitas Data	68
5.3.1	Uji Validitas	68
5.3.2	Uji Reliabilitas	69
5.3.3	Uji Normalitas Data	70
5.4	Uji Asumsi Klasik	71
5.4.1	Multikolinearitas	71
5.4.2	Autokorelasi	72
5.4.3	Heteroskedastisitas	73
5.5	Analisis Regresi Linear Berganda	75
5.6	Uji Hipotesis	76
5.6.1	Uji Parsial (Uji t)	76
5.6.2	Uji Simultan (Uji F)	79
5.6.3	Koefisien Determinasi (R^2)	80
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		82
6.1	Kesimpulan	82
6.2	Saran	83
6.2.1	Saran Untuk Perusahaann	83
6.2.2	Saran Untuk Penelitian Mendatang	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN