



**ANALISIS PENGARUH SUASANA TOKO TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI EMOSI KONSUMEN
SEBAGAI VARIABLE *INTERVENING* PADA 7-ELEVEN
WILAYAH DEPOK MARGONDA**

SKRIPSI

**M. LUTFI ALFIAN ZAUHARI
1110111114**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2017**



**ANALISIS PENGARUH SUASANA TOKO TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI EMOSI KONSUMEN
SEBAGAI VARIABLE *INTERVENING* PADA 7-ELEVEN
WILAYAH DEPOK MARGONDA**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

**M. LUTFI ALFIAN ZAUHARI
1110111114**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2017**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

Nama : M. LUTFI ALFIAN ZAUHARI

NIM : 1110111114

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 26 Januari 2017

Yang Menyatakan



M . LUTFI ALFIAN ZAUHARI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : M LUTFI ALFIAN ZUHARI
NIM : 1110111114
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

Analisis Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Emosi Konsumen Sebagai Variable Intervening Pada 7-Eleven (Wilayah Depok Margonda)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih mediakan/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta,
Pada Tanggal : 26 Januari 2017

Yang Menyatakan,



M LUTFI ALFIAN ZAUHARI

PENGESAHAN

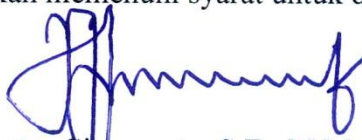
ANALISIS PENGARUH SUASANA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI EMOSI KONSUMEN SEBAGAI VARIABLE *INTERVENING* PADA 7 – ELEVEN WILAYAH DEPOK MARGONDA

Dipersiapkan dan disusun oleh :

M LUTFI ALFIAN ZAUHARI

1110111114

Telah di pertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal : 26 Januari 2017
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Pandapotan Simarmata, S.E., M.M.
Ketua Penguji



Tati Handayani, S.E., M.M.
Penguji I



Dra. Bernadin Dwi, M.M.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Prasetwo Hadi, S.E., M.M.CFMP.
Dekan



Wahyudi, S.E., M.M.
Ka. Prodi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 26 Januari 2017



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GASAL TA. 2016/2017

Hari ini Kamis , tanggal 26 Januari 2017, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : MUHAMMAD LUTFI ALFIAN ZAUHARI

No.Pokok Mahasiswa : 1110111114

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Analisis Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Emosi Konsumen sebagai Variabel Intervening Pada 7-Eleven Wilayah Depok Margonda
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak-Lulus **)

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Pandapotan Simarmata, MM	Ketua	1.
2	Tati Handayani, SE, MM	Anggota I	2.
3	Dra. Bernadin Dwi, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing



**Analisis Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan
Pembelian Melalui Emosi Konsumen Sebagai Variable
Intervening Pada 7-Eleven Wilayah Depok Margonda**

M. Lutfi Alfian Zauhari

Abstrak

Perancangan suasana toko dalam suatu store retail terutama pada convenience store seperti 7 – Eleven sangatlah penting. Guna memberikan menstimulasi emosi positif pada konsumen yang tentunya berdampak pada keputusan pembelian mereka. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian melalui emosi konsumen 7 – Eleven wilayah Margonda Depok. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang berkunjung ke 7 – Eleven wilayah Margonda Depok. Dalam menentukan ukuran sampel rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah Roscoe dan didapat 100 responden untuk diuji. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, sumber data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis jalur path analysis dan uji hipotesis menggunakan uji t dan F dengan tingkat kepercayaan 5% dengan menggunakan software SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa suasana toko berpengaruh signifikan terhadap emosi konsumen, dan berpengaruh signifikan secara langsung terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini juga menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara suasana toko terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung melalui emosi konsumen. Begitu pula dengan emosi konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Suasana toko, Emosi Konsumen dan Keputusan Pembelian.

Analisis The Influence Of Store Atmosphere on Purchase Decision Through Customer Emotions As An Intervening Variable In 7 – Eleven Area Margonda Depok

M. Lutfi Alfian Zauhari

Abstract

The design of the shop atmosphere in a retail store, especially on convenience store such as 7 – Eleven is very important. In order to provide the consumer stimulates positive emotions which certainly have an impact on their purchasing decisions. This study was conducted to examine the effect of the atmosphere of the store to the consumer purchasing decisions through emotion 7 – Eleven South Margonda Depok. The population in this study is the consumers who visit 7 – Eleven South Margonda Depok. In determining the sample size formulas used in this study Roscoe and obtained 100 respondents to be tested. The sampling technique used purposive sampling. Data used in this study are primary data, source data obtained from questionnaires. Data analysis method used is path analysis and hypothesis testing using t test and F with 5% confidence level, using SPSS software. The results showed that the atmosphere of the store significant effect on consumer emotions, significant influence on purchasing decisions. This study also showed a significant influence between the atmosphere shop to purchasing decision indirectly through consumer emotions. Similarly, the consumer emotions significantly influence the purchase decision.

Keyword : *Store atmosphere, Consumer Emotions and purchase Decision.*

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga penelitian ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak september 2016 adalah Analisis Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Emosi Konsumen Sebagai *Variable Intervening* Pada *7-Eleven* (Wilayah Depok Margonda).

Terima kasih penulis ucapkan kepada Dr. Prasetyo Hadi, S.E., MM. CFMP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Wahyudi SE, MM. selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen dan Dra Bernadin Dwi S.E. MM., Jenji G. Agro. SE. MM, Tati Handayani S.E, M.M , Pandapotan Simarmarta, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran yang sangat bermanfaat dalam proses penyusunan penelitian.

Disamping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Ayah dan Ibu serta seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan doa. Penulis juga sampaikan terima kasih kepada teman-teman angkatan 2011 serta teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam mengerjakan skripsi ini.

Jakarta, 26 Januari 2017

M. Lutfi Alfian Zauhari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
BERITA ACARA	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	4
I.3 Tujuan Penelitian	4
I.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
II.1 Hasil Penelitian Terdahulu	9
II.2 Landasan Teori	10
II.2.1 Pengertian Ritel	10
II.2.2 Atmosfer toko	10
II.2.2.1 Komunikasi Visual	12
II.2.2.2 Pencahayaan	12
II.2.2.3 Warna	13
II.2.2.4 Musik	13
II.2.2.5 Aroma	14
II.2.3 Emosi Konsumen	14
II.2.3.1 Jenis Emosi	15
II.2.3.2 Emosi Dan Strategi Pemasaran.....	15
II.2.3.3 Emotional Aurosal as aProduct Benefit	16
II.2.3.4 Emosi Dalam Periklanan	16
II.2.3.5 Mengukur respon Emosional	16
II.2.4 Keputusan Pembelian	17
II.2.4.1 Pengertian Keputusan	17
II.2.4.2 Proses Pengambilan keputusan	19
II.2.4.3 Faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusan Pembelian	18
II.2.4.4 Struktur Keputusan Pembelian	20
II.3 Pengembangan Hipotesis.....	20
II.4 Kerangka Konseptual.....	21

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	23
III.1.1. Definisi Operasional	23
III.1.2. Pengukuran Variable	24
III.2 Penentuan Populasi Dan Sample	24
III.2.1 Populasi	24
III.2.2 Sampel.....	25
III.3.1 Jenis Data	26
III.3.2 Pengumpulan Data	26
III.4. Teknik Analisis Data Dan Uji Hipotesis	27
III.4. 1 Teknik Analisis Data	27
III.4. 2 Uji Hipotesis	27
III.4. 3 Analisis Path	31
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 35
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian	35
IV.2 Sejarah Perusahaan	35
IV.3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas.....	37
IV.3.1 Uji Validitas	37
IV.3.2 Uji Reabilitas	40
IV.4 Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	41
IV.4 .1 Uji Normalitas.....	41
IV.4 .2 Uji Lineritas	44
IV.4 .3 Analisis Jalur Path	44
IV.4 .4 Pembahasan.....	51
IV.4 .5 Keterbatasan Penelitian.....	53
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	 60
V.1 simpulan	60
V.2 Saran	60
 DAFTAR PUSTAKA	 55
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Matriks penelitian terdahulu	9
Tabel 2.	Pengukuran Variabel	25
Tabel 3.	Skala likert	28
Tabel 4.	Kisi-kisi instrumen	28
Tabel 5.	Tingkat Reliabilitas	30
Tabel 6.	Interprestasi Koefisien Kolerasi	32
Tabel 7.	Case processing Summary	31
Tabel 8.	Butir Kuesioner 1-10 Karakteristik Individu.....	32
Tabel 9.	Case processing Summary	39
Tabel 10	Butir Kuesioner 11-20 Karakteristik Individu.....	41
Tabel 11	Case processing Summary	42
Tabel 12	Butir Kuesioner 11-28 Karakteristik individu	43
Tabel 13	Variable suasana Toko.....	44
Tabel 14	Validitas Emosi Konsumen	44
Tabel 15	Variable keputusan pembelian.....	45
Tabel 16	Test of normality	45
Tabel 17	Suasana toko dan emosi konsumen	48
Tabel 18	Hubungan Variable suasana Toko.....	49
Tabel 19	Lineritas Emosi Konsumen dan Keputusan pembelian.....	46
Tabel 20	Coefficients sub struktur 1.....	40
Tabel 21	Model Summary	41
Tabel 22	Coefficients sub struktur 2.....	41
Tabel 23	Model Summary	42
Tabel 24	Pengaruh antar variable	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Kerangka Konseptual	23
Gambar 2	Hubungan Sub struktural 1 Variable X terhadap Y	34
Gambar 3	Kerangka Pemikiran	18
Gambar 4	Kurva Normalitas	46
Gambar 5	Hubungan X dan Y terhadap Z	50
Gambar 6	Hubungan Empiris Sub stuktur 1 variable X terhadap Y	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lembar Kuesioner
Lampiran 2	Data 30 Responden
Lampiran 3	Uji Validitas Emosi Konsumen
Lampiran 4	Uji Validitas Keputusan Pembelian
Lampiran 5	Uji Validitas Suasana toko X terhadap Emosi Konsumen
Lampiran 6	Uji Lineritas Suasana toko X terhadap keputusan Pembelian
Lampiran 7	Uji Lineritas Emosi Konsumen Y terhadap keputusan Pembelian
Lampiran 8	Sub Structure 1
Lampiran 9	Sub Structure 2
Lampiran 10	Tabel R,F,T
Lampiran 11	Suasana Toko
Lampiran 12	Emosi Konsumen
Lampiran 13	Keputusan pembelian
Lampiran 13	Surat Riset