

**PENGARUH *STORE ENVIRONMENT* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA UKP RIA  
NUSANTARA KECAMATAN SLAHUNG KABUPATEN  
PONOROGO**



Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat

Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

**NAMA : SITI JUMAIDAH**

**NIM :12412870**

**PRODI :MANAJEMEN PERUSAHAAN**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2017**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul :Pengaruh *Store Environment* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UKP Ria Nusantara Kecamatan Slahung Kabupaten Ponorogo”

Nama :Siti Jumaidah

NIM :12412870

Program studi :Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk

Diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I

Ponorogo, 28 Februari 2017  
Pembimbing II



(Titi Rapini, SE, MM)  
NIP.19630505 199003 2 003



(Edi Santoso, SE, MM)  
NIK. 19740311 200103 12

Mengetahui  
Dekan fakultas ekonomi



(Titi Rapini, SE, MM)  
NIP.19630505 199003 2 003

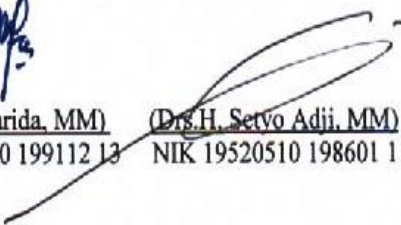
Dosen Penguji



(Titi Rapini, SE, MM)  
NIP.19630505 199003 2 003



(Dra Umi Farida, MM)  
NIK 19610110 199112 13



(Drs. H. Setvo Adji, MM)  
NIK 19520510 198601 11

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel *store planning*, variabel *merchandising* dan variabel *visual communication* terhadap keputusan pembelian konsumen pada UKP Ria Nusantara Kecamatan Slahung. Sampel pada penelitian ini berjumlah 120 responden, yaitu konsumen yang melakukan pembelian pada ukp ria nusantara. Responden dipilih secara *accidental sampling*, yaitu responden dipilih berdasarkan secara kebetulan pada saat melakukan pembelian. Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang dengan dibantu *SPSS 16.0 for windows* , dapat disampaikan bahwa besarnya nilai variabel *store planning* (X1) sebesar 0,773, variabel *merchandising* (X2) sebesar 0,169 dan variabel *visual communication* sebesar -0,002, dimana dalam masing-masing variabel dalam keadaan konstan/tetap.

Berdasarkan uji t dapat diketahui bahwa nilai t-hitung variabel *store planning* (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, , variabel *merchandising* (X2) berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian dan variabel *visual communication* (X3) juga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Hasil dari uji serempak F hitung (29,346 ) > F tabel (2,68), yang berarti variabel independen (*store planning*, *merchandising* dan *visual communication* ) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen ( keputusan pembelian konsumen pada UKP Ria Nusantara).

Analisis korelasi diperoleh nilai koefisien korelasi (R) dalam penelitian adalah sebesar 0,657 atau 65,7%, berarti terdapat hubungan cukup kuat antara variabel independen ( *store planning*, *merchandising* dan *visual communication* ) terhadap variabel dependen ( keputusan pembelian konsumen pada UKP Ria Nusantara).

Kata Kunci :*Store Planning*, *Merchandising*, *Visual Communication*, Keputusan Pembelian.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamiin, segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya hingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “ pengaruh Pengaruh *Store Environment* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UKP Ria Nusantara Kecamatan Slahung” .

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan, motivasi, bimbingan, nasihat, dan do'a dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Titi Rapini, SE , MM. Selaku dekan fakultas ekonomi sekaligus dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, dorongan dan saran dengan penuh tanggung jawab sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tanpa ada halangan.
2. Bapak Edi Santoso, SE, MM. Selaku dosen pembimbing II yang senantiasa sabar dalam membimbing dan mengarahkan dalam penulisan skripsi, serta memberikan dorongan dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Sukmono Hadi Hutojo, SE, MM terimakasih atas seluruh arahan dan bimbingan serta Seluruh dosen pengajar Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat.

4. Selururuh pihak dari toko UKP Ria Nusantara yang telah memberikan izin serta kesempatan kepada penulis untuk mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi.
5. Kedua orang tua Bapak Miseri dan Ibu Menah serta mas Zainal Wasis yang selalu memberi motivasi, nasihat, semangat dan do'a yang tiada henti, kasih sayang yang tiada terhingga sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi.
6. Segenap sahabat-sahabat manajemen C 2012 tercinta, terimakasih atas supportnya, kebersamaan selama duduk dibangku kuliah itu semua akan menjadi pengalaman indah yang tidak akan pernah saya lupakan.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu terima kasih atas semua bantuannya.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dalam penyusunan maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk perbaikan dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Ponorogo, 28 februari 2017

Penulis

Siti Jumaidah

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya setelah ada kesulitan ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), maka kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada tuhanmulah hendaknya kamu berharap”. *(QS Alam Nasyrat : 6-8)*

Satu-Satunya Do'a Dalam hidup kita

yang akan membuat kita merasa cukup dalam segala hal adalah:

“Terima Kasih Allah”

**Gantungkanlah cita-citamu setinggi langit! bermimpilah setinggi langit !  
jika engkau jatuh, engkau akan jatuh diantara bintang-bintang  
*(Soekarno)***

**Tugas akhir ini kupersembahkan kepada :**

**Kedua Orang Tuaku, Bpk Miseri & Ibu Menah**

**Mas Zainal Wasis serta segenap keluarga**

**Sahabat-Sahabatku Tersayang**

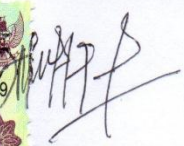
**Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR  
KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 28 februari 2017



  
SITI JUMAIDAH  
NIM. 12412870

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Abstrak .....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Halaman Motto dan Persembahan.....	vi
Pernyataan Tidak Melanggar Kode Etik Penelitian .....	vii
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Gambar .....	xiii
Daftar Lampiran .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Batasan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Tujuan Penelitian .....	7
1.4.2 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	9
2.1.2 Konsep Pemasaran .....	10
2.1.3 Strategi pemasaran .....	11
2.1.4 Bauran Pemasaran .....	12
2.1.4.1 Saluran Distribusi .....	15
2.1.4.1.1 Store Environment .....	19
2.1.4.2 Store Planning .....	20
2.1.2.3 Merchandising .....	21
2.1.4.4 Visual Comunication .....	21
2.1.5 Pengertian Ritel .....	22
2.1.5.1 Jenis-Jenis Toko.....	23
2.1.6 Perilaku Konsumen.....	24
2.1.6.1 Faktor Internal.....	25
2.1.6.2 Faktor Eksternal .....	26
2.1.7 Keputusan Pembelian .....	28
2.1.8 Peranan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian.....	30
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Kerangka Pemikiran.....	33
2.4 Hipotesis.....	35
<b>Bab III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>



3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	36
3.2 Populasi Dan Sampel.....	36
3.2.1 Populasi.....	36
3.2.2 Sampel.....	37
3.3 Metode Pengambilan Data.....	38
3.3.1 Data Primer.....	38
3.3.2 Data Sekunder.....	40
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	41
3.4.1 Definisi Operasional.....	41
3.4.2 Definisi Variabel.....	41
3.4.2.1 Variabel Bebas.....	41
3.4.2.2 Variabel Terikat.....	43
3.5 Metode Analisis Data.....	44
3.5.1 Uji Validitas.....	44
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	45
3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
3.5.4 Analisis Korelasi.....	47
3.5.5 Uji Hipotesis.....	48
3.5.5.1 Uji T (Parsial) .....	48
3.5.5.2 Uji F (Serempak) .....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	52
4.1.1 Ukp Ria Nusantara.....	52
4.1.2 Lokasi .....	52
4.1.3 Sruktur Organisasi Penelitian.....	53
4.1.4 Ketenagakerjaan.....	54
4.2 Deskripsi Responden.....	55
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	57
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
4.3 Pembahasan.....	59
4.3.1. Deskripsi Variabel Store Planning (X1).....	59
4.3.2. Deskripsi Variabel Merchandising (X2).....	63
4.3.3. Deskripsi Variabel Visual Communication (X3).....	68
4.3.4. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	73
4.4 Analisis Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas.....	79
4.4.1 Analisis Uji Validitas.....	79
4.4.2 Analisis Uji Reliabilitas.....	81
4.5 Analisis regresi linier berganda.....	82

4.6 Korelasi.....	82
4.7 pengujian Hipotesis.....	84
4.7.1 Uji T.....	86
4.7.2 Uji F.....	91
4.8 Implikasi Penelitian.....	93
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>96</b>
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran.....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN</b>	