

**ANALISIS PENGARUH *EXTERIOR*, *STORE LAYOUT*, DAN *INTERIOR*
DISPLAY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ANGKRINGAN
GAYENG DI PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna
memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Disusun oleh :

Nama : Valintya Mahasika

NIM : 13413248

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2017

**ANALISIS PENGARUH *EXTERIOR*, *STORE LAYOUT*, DAN *INTERIOR*
DISPLAY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ANGKRINGAN
GAYENG DI PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna
memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Disusun oleh :

Nama : Valintya Mahasika

NIM : 13413248

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengaruh *Exterior, Store Layout, dan Interior Display* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Angkringan Gayeng di Ponorogo
Nama : Valintya Mahasika
N I M : 13413248
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diajukan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I



Hadi Sumarsono, SE., M., Si
NIP. 19760508 200501 11

Ponorogo, 22 Agustus 2017

Pembimbing II



Drs. Ec. Purwanto, MM
NIK. 19531024 199309 14

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



Titi Rapini, S.E., MM

NIP. 19630505 199003 2 003

Ketua

Dosen Penguji :
Sekretaris

Anggota



Hadi Sumarsono, SE., M., Si
NIP. 19760508 200501 11



Edi Santoso, SE., MM
NIK. 1974311 200103 12



Titi Rapini, S.E., MM
NIP. 19630505 199003 2 003

RINGKASAN

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin banyak bisnis yang berpeluang di bidang makanan dan minuman untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pertumbuhan pesat di industri makanan, khususnya *cafe and resto* membuat pebisnis sadar akan posisi pesaing industri sehingga mereka harus mempertahankan keunggulan bersaing. Melihat kondisi persaingan yang ketat seperti sekarang ini, setiap bisnis perlu meningkatkan kekuatan yang ada dalam perusahaan dengan cara memunculkan sesuatu yang unik dan beda dibandingkan dengan perusahaan lainnya untuk dapat menarik konsumen. Angkringan Gayeng salah satunya yang memberikan suasana yang berbeda dengan yang lainnya untuk menarik konsumen. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Exterior, Store Layout, dan Interior Display* terhadap keputusan pembelian konsumen secara parsial dan simultan.

Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang melakukan keputusan pembelian di Angkringan Gayeng. Sampel yang diambil sebanyak 68 responden dengan menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 6.367 + 0,082 X_1 + 0,551 X_2 + 0,439 X_3$ berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator dalam penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang berpengaruh adalah variabel *Store Layout* dengan koefisien regresi sebesar 0,551, kemudian *Interior Display* dengan koefisien regresi sebesar 0,439, sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah adalah *Exterior* dengan koefisien regresi sebesar 0,082. Angkringan Gayeng perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah dinilai baik oleh pelanggan serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang.

Kata-kata kunci : *Exterior, Store Layout, Interior Display, Keputusan Pembelian*

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS ”PENGARUH *EXTERIOR, STORE LAYOUT, DAN INTERIOR DISPLAY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ANGKRINGAN GAYENG DI PONOROGO”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam pengungkapan, penyajian, dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi skripsi ini. Oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan masukan dari semua pihak untuk perbaikan skripsi ini.

Bersama diiringi rasa syukur kepada Allah SWT, maka pada kesempatan yang baik ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat, penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Allah SWT yang telah menganugerahkan kepada penulis kemampuan berfikir sehingga skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya.
2. Ibu Titi Rapini, SE, MM, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Ponorogo.
3. Bapak Hadi Sumarsono, SE,MM,Si sebagai pembimbing 1 yang telah membantu memberikan saran-saran serta perhatian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.,
4. Bapak Drs.Ec. Purwanto sebagai dosen pembimbing II yang telah memberikan perhatian, saran-saran serta pengertian terhadap penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Dra.Umi Farida,MM, sebagai ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah turut membantu dan memberi saran-saran membangun sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
6. Para staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah member ilmu manajemen pada setiap kegiatan belajar mengajar dengan dasar pemikiran analisis dan pengetahuan yang baik.
7. Keluarga Tercinta, bapak, ibu, adik-adikku serta saudara-saudaraku yang selalu menjadi motivasi saya dan telah memberikan semangat, nasehat, pengertian, kepercayaan, pengorbanan, doa, dan kasih sayang tiada henti. Terima Kasih sebesar-besarnya.
8. Untuk Anama Irlan, syukron atas kebersamaan selama ini yang begitu “berwarna”, yang tak henti memberi semangat, motivasi, doa dan ketulusan, selalu sabar mendampingi dalam setiap keadaan, dan yang selalu membangkitkan semangat untuk optimis menata masa depan.
9. Sahabat-sahabatku nidal,vika dan kos inces April, Wahyu, Pita, Mia, yang telah begitu sering saya repotkan selama pengerjaan skripsi dan penelitian, terima kasih banyak atas bantuannya.
10. Teman-teman di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, teman-temanku di Manajemen E anagkatan 2013. Kita harus ingat kawan, kelulusan bukan untuk memisahkan persahabatan kita tetatpi untuk mempertemukan kita kembali dengan kesuksesan yang diraih dilain tempat dan waktu.
11. Para responden yang telah menyempatkan meluangkan waktunya untuk penulis.

12. Bapak Sucipto pemilik Angkringan Gayeng yang telah membantu memberikan data kepada saya.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuannya dalam terselesaikannya skripsi ini. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh kelalaian dan keterbatasan waktu, tenaga juga kemampuan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu penulis mohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Ponorogo, 22 Agustus 2017

Penulis,

(Valintya Mahasika)
NIM. 13413248

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawahini saya, Valintya Mahasika, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: Analisis Pengaruh *Exterior, Store Layout, dan Interior Display* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Angkringan Gayeng di Ponorogo, adalah tulisansaya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapatatau pemikiran dari penulislain, saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiridan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulisaslinya.

Ponorogo, 22 Agustus 2017



(Valintya Mahasika)
NIM. 13413248

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
RINGKASAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG	
KODE ETIK PENELITIAN.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Perumusan Masalah.....	5
1.3.Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	8
2.2. Penelitian Terdahulu.....	38
2.3. Kerangka Pemikiran.....	40
2.4. Hipotesis.....	41

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	44
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	44
3.3. Metode Pengambilan Data.....	46
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	47
3.5. Metode Analisis Data.....	50

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian.....	57
4.2. Deskriptif Variabel Penelitian.....	67
4.3. Hasil Analisis Data dan Pembahasan.....	80
4.4. Pembahasan.....	90

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	93
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	94
5.3. Saran.....	94

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No.	Tabel	Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu	38
4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.2	Responden Berdasarkan Usia	65
4.3	Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	65
4.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
4.5	Tanggapan Responden Mengenai <i>Exterior</i>	70
4.6	Tanggapan Responden Mengenai <i>Store Layout</i>	73
4.7	Tanggapan Reponden Mengenai <i>Interior Display</i>	75
4.8	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian	77
4.9	Hasil Pengujian Validitas	81
4.10	Hasil Pengujian Realibilitas	82
4.11	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	83
4.12	Hasil Analisis Koefisien Korelasi Berganda	86
4.13	Hasil Uji T	87
4.14	Hasil Uji F	89

DAFTAR GAMBAR

No.	Gambar	Halaman
2.1	Model Perilaku Konsumen	26
2.2	Tahap-Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian	29
2.3	Kerangka Berfikir	40
4.1	Struktur Organisasi Angkringan Gayeng	60

