

**PENGARUH STORE ENVIRONMENT, STORE DISPLAY,  
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DENGAN VISUAL MERCHANDISING  
SEBAGAI PEMODERASI PADA LATANSA BOOK STORE  
PONOROGO**



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

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Ayuk Agustina

Nim : 14413566

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO  
2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Store Environment*, *Store Display*, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Visual Merchandising* Sebagai Pemoderasi Pada Latansa Book Store Ponorogo

Nama : Ayuk Agustina

Nim : 14413566

Program Studi: Manajemen

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

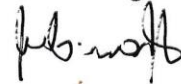
Ponorogo, 17 Juli 2018

Pembimbing I



**Titi Rapini, SE, MM**  
NIDN. 0005056301

Pembimbing II



**Siti Chamidah, SE, M.Si**  
NIDN. 0019057101

Mengetahui :  
Dekan Fakultas Ekonomi



**Titi Rapini, SE, MM**  
NIDN. 0005056301

Dosen Penguji

Ketua



**Titi Rapini, SE, MM**  
NIDN. 0005056301

Sekretaris



**Adi Santoso, SE, MM**  
NIDN. 0727118803

Anggota



**Naning Kristiyana, SE, MM**  
NIDN. 0721117501

## RINGKASAN

Judul dari penelitian ini **Pengaruh *Store Environment*, *Store Display*, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Visual Merchandising* Sebagai Pemoderasi Pada Latansa Book Store Ponorogo**, tujuan dari dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Store Environment*, *Store Display*, dan Kualitas Pelayanan yang ada pada Latansa Book Store Ponorogo terhadap Keputusan Pembelian konsumen dan dengan menggunakan variable *Visual Merchandising* sebagai variable moderasi.

Setelah dilakukan analisis diperoleh hasil sebagai berikut: 1) Dari uji analisis regresi sederhana *Store Environment* terhadap Keputusan Pembelian diperoleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,1$  dan nilai t hitung  $5,626 > 1,662$  dari t tabel. Artinya terdapat pengaruh *Store Environment* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Latansa Book Store Ponorogo. 2) Hasil uji regresi sederhana *Store Display* terhadap Keputusan Pembelian diperoleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,1$  dan nilai t hitung  $3,745 > 1,622$  dari t tabel. Artinya terdapat pengaruh *Store Display* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Latansa Book Store Ponorogo. 3) Hasil uji regresi sederhana Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian diperoleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,1$  dan nilai t hitung  $6,664 > 1,662$  dari t tabel. Artinya terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Latansa Book Store Ponorogo. 4) Nilai signifikansi variabel Moderat 1 (*Store Environment* x *Visual Merchandising*) terhadap Keputusan Pembelian diperoleh nilai signifikansi  $0,010 < 0,1$  dan nilai t hitung  $-2,624 < 1,662$  dari t tabel. Artinya variabel Moderat 1 (*Store Environment* x *Visual Merchandising*) berpengaruh negatif signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Latansa Book Store Ponorogo. 5) Nilai signifikansi variabel Moderat 2 (*Store Display* x *Visual Merchandising*) terhadap Keputusan Pembelian diperoleh nilai signifikansi  $0,009 < 0,1$  dan nilai t hitung  $-2,664 < 1,662$  dari t tabel. Artinya variabel Moderat 2 (*Store Display* x *Visual Merchandising*) berpengaruh negatif signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Latansa Book Store Ponorogo. 6) Nilai signifikansi variabel Moderat 3 (Kualitas Pelayanan x *Visual Merchandising*) terhadap Keputusan Pembelian diperoleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,1$  dan nilai t hitung  $56,666 > 1,662$  dari t tabel. Artinya variabel Moderat 3 (Kualitas Pelayanan x *Visual Merchandising*) berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Latansa Book Store Ponorogo.

**Key Word:** *Store Environment*, *Store Display*, Kualitas Pelayanan, *Visual Merchandising*, Keputusan Pembelian

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **Pengaruh *Store Environment*, *Store Display*, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dengan *Visual Merchandising* Sebagai Pemoderasi Pada Latansa Book Store Ponorogo**. Penelitian ini guna memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Pendidikan Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Bapak Drs. H Sulton, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Titi Rapini, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo sekaligus Dosen Pembimbing I.
3. Ibu Dra. Umi Farida selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Ibu Siti Chamidah, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing II.
5. Bapak Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen.

6. Ustadz Andika Putra Riananda selaku Kepala Latansa Book Store Departemen.
7. Karyawan Latansa Book Store Ponorogo.
8. Sahabatku Evi Damayanti (Spink), teman – teman grup PEJUANG SKRIPSI (Wafin, Kinan, Luluk, Ririn, Faaiza, Ika, Kak Us, Febri, dan Riska), teman manajemen A Ida Rohmawati dan Ika Syaroh.
9. Teman – teman Manajemen B angkatan 2014.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Ponorogo, 17 Juli 2018  
Penulis

(Ayuk Agustina)

## PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

### KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah 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 Intuisi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 17 Juli 2018



NIM 14413566



## **MOTTO**

*Jangan pernah menyerah karena Allah tidak  
mungkin mengecewakan hamba-Nya*

## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, skripsi ini saya persembahkan kepada:

- Kedua orang tuaku Bapak Supriyanto dan Ibu Sunarti yang telah membesarkan, memberikan kasih sayang, mendidik, berjuang untuk memberikan pendidikan terbaik untuk anak – anaknya, memberikan doa'a, motivasi dan materi untuk terselesaikannya skripsi ini.
- Adikku Agung Dwi Handoko yang member dukungan dalam pembuatan skripsi ini.
- Adik dari ibuku Tante Sundari yang banyak membantu dalam segi materi yang mungkin tidak bisa kubalas.
- Sahabat - sahabatku Evi Damayanti, Ida Rohmawati, Kinanti Hasanah, Wafin Itasari, Luluk Nadiroh, Ririn Handayani, Faaiza Fiianaa Albisa, Uswatun Hasanah, Ika Lisdiana, Retno Febriani, Riska Rohmawati, Ika Syaroh semua keluarga besar Manajemen B angkatan 2014 yang memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
- Keluarga besar Manajemen B angkatan 2014.



## DAFTAR ISI

Judul .....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Ringkasan .....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Pernyataan Tidak Melanggar Kode Etik Penelitian .....	vi
Motto .....	vii
Persembahan .....	viii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Gambar .....	xv
Daftar Lampiran .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	5
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Pemasaran dan Bauran Pemasaran .....	8
2.1.2 Perilaku Konsumen .....	10

2.1.3 Keputusan Pembelian.....	14
2.1.4 Ritel dan Manajemen Ritel .....	15
2.1.5 Pengaruh <i>Store Environment</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	17
2.1.6 Pengaruh <i>Store Display</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	19
2.1.7 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	20
2.1.8 <i>Visual Merchandising</i> .....	22
2.2 Penelitian Terdahulu .....	23
2.3 Kerangka Berfikir .....	28
2.4 Hipotesis .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>33</b>
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	33
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	33
3.2.1 Populasi.....	33
3.2.2 Sampel Penelitian.....	33
3.3 Metode Pengambilan Data .....	36
3.3.1 Sumber Data.....	36
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	37
3.4.1 Variabel Independen .....	37
3.4.2 Variabel Moderator .....	39
3.4.3 Variabel Dependen .....	40
3.5 Metode Analisis Data .....	40
3.5.1 Uji Instrumen .....	41
3.5.2 <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i> .....	42

3.5.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	44
3.5.4 Uji Hipotesis .....	45
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>46</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	46
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	46
4.1.2 Struktur Organisasi Latansa Book Store Ponorogo .....	48
4.2 Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	50
4.2.1 Deskripsi Profil Responden .....	50
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	52
4.3 Uji Instrumen Penelitian .....	61
4.3.1 Uji Validitas .....	61
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	63
4.4 <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA).....	64
4.4.1 Tahap Pertama Regresi Linier Berganda .....	64
4.4.2 Tahap Kedua <i>Moderated Regression Analysis</i> .....	67
4.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	75
4.5.1 Koefisien Determinasi Sebelum Moderasi.....	75
4.5.2 Koefisien Determinasi Sesudah Moderasi Model 1.....	76
4.5.3 Koefisien Determinasi Sesudah Moderasi Model 2.....	77
4.5.4 Koefisien Determinasi Sesudah Moderasi Model 3.....	78
4.6 Pengujian Hipotesis.....	79
4.6.1 Uji T (Uji Parsial) .....	79
4.7 Pembahasan Dan Hasil Penelitian.....	84

4.7.1 Pengaruh <i>Store Environment</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	84
4.7.2 Pengaruh <i>Store Display</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	86
4.7.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	87
4.7.4 Pengaruh <i>Store Environment</i> Terhadap Keputusan Pembelian di Moderasi oleh <i>Visual Merchandising</i> .....	88
4.7.5 Pengaruh <i>Store Display</i> Terhadap Keputusan Pembelian di Moderasi oleh <i>Visual Merchandising</i> .....	90
4.7.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Moderasi oleh <i>Visual Merchandising</i> .....	91
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>93</b>
5.1 Kesimpulan .....	93
5.2 Saran .....	95
Daftar Pustaka.....	98
Lampiran-lampiran	



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3.1 Bobot Penilaian .....	35
Tabel 3.2 Tiga Jenis Hipotesis Statistik .....	45
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Umur .....	51
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	52
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Store Environment</i> .....	53
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Store Display</i> .....	54
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan .....	56
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Visual Merchandising</i> .....	58
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian .....	60
Tabel 4.9 Nilai Rata – rata Variabel Penelitian.....	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Sebelum Moderasi.....	65
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Moderated Regression Analysis</i> (Model 1) .....	67
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Moderated Regression Analysis</i> (Model 2) .....	70
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Moderated Regression Analysis</i> (Model 3).....	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi Sebelum Moderasi.....	76
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi Sesudah Moderasi (Model 1) .....	76
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi Sesudah Moderasi (Model 2) .....	77

Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi Sesudah Moderasi (Model 3) .....	78
Tabel 4.20 Hasil Uji T Sebelum Moderasi.....	79
Tabel 4.21 Hasil Uji T Sesudah Moderasi (Model 1) .....	80
Tabel 4.22 Hasil Uji T Sesudah Moderasi (Model 2) .....	82
Tabel 4.22 Hasil Uji T Sesudah Moderasi (Model 3) .....	83



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen Sederhana .....	11
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsume Kompleks .....	12
Gambar 2.3 Proses Keputusan Pembelian .....	15
Gambar 2.4 Kerangka Berfikir.....	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Latansa Book Store Ponorogo.....	48



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 5 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran 6 Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Lampiran 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Lampiran 8 Hasil Uji T (Parsial)

Lampiran 9 Tabel r

Lampiran 10 Tabel T

