



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Hubungan Store Atmosphere dengan Shopping Motivation
pada One Eighty Coffee Music Bandung

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jelang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Stacey Ivana Enricca

2013320181

Bandung

2017

No. Kode	: AB ENR h/17
Tanggal	: 15 Mei 2018
No. Ind.	: B105- FISIA / SKR 35838
Divisi	:
Madiah / Dett	:
Dari	: FISIA



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Hubungan Store Atmosphere dengan Shopping Motivation
pada One Eighty Coffee Music Bandung

Skripsi

Oleh

Stacey Ivana Enricca

2013320181

Pembimbing

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si.

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Stacey Ivana Enricca
Nomor Pokok : 2013320181
Judul : Hubungan Store Atmosphere dengan Shopping Motivation pada One
Eighty Coffee Music Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 19 Juli 2017
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota
Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

: 


Sekretaris

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si.

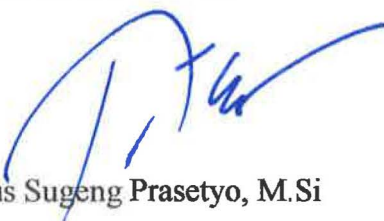
: 

Anggota

Maria Widyarini, S.E., M.T.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Stacey Ivana Enricca
NPM : 2013320181
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Hubungan Store Atmosphere dengan Shopping Motivation pada One Eighty Coffee Music

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain yang pernah di ajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis, sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan yang saya buat ini dengan penuh rasa tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku jika dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 19 Juli 2017



Stacey Ivana Enricca



ABSTRAK

Nama : Stacey Ivana Enricca

NPM : 2013320181

Judul : Hubungan *Store Atmosphere* dengan *Shopping Motivation* pada One Eighty Coffee Music Bandung

Sebagai kota wisata, Bandung menawarkan keindahan alam dan toko-toko yang menjual produk distro. Kota ini juga menawarkan daya tarik wisata dengan kafe-kafe dengan konsep yang unik untuk menarik minat wisatawan untuk menikmati suasananya terutama untuk keperluan fotografi. Dengan demikian, penting untuk memberi perhatian khusus dalam mendisain suasana toko untuk meningkatkan motivasi berbelanja konsumen.

Mengacu pada fenomena tersebut, sangat menarik untuk melihat lebih jauh mengenai atmosfer yang ditawarkan One Eighty Coffee Music. Bagaimana sikap konsumen mengenai kafe tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hubungan dan seberapa besar atmosfer toko dapat menarik niat dan memotivasi konsumennya untuk berkunjung dan melakukan pembelian serta memenuhi kebutuhan ekspektasi dari konsumen.

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian eksplanatif dengan menggunakan analisis kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian survey, dengan kuesioner sebagai alat ukur data pokok. Data diperoleh dari hasil menyebarkan kuesioner kepada responden yang sudah pernah ke One Eighty Coffee Music. Selain itu juga terdapat wawancara langsung kepada pengelola restaurant untuk mendapatkan informasi internal perusahaan. Pengambilan data responden adalah sebanyak 255 orang dengan populasi yaitu warga yang berada di Kota Bandung, baik yang berdomisili ataupun bukan domisili.

Peneliti menyarankan perusahaan membuat acara menarik mengenai aktivitas fotografi yang dapat memanfaatkan keunggulan *Store Atmosphere* dari One Eighty Coffee Music, sehingga semakin banyak penikmat arsitektural yang dapat mengenal dan mengetahui adanya restaurant Bandung dengan sejumlah keunikan spot.

Kata Kunci : Suasana Toko, Motivasi Belanja



ABSTRACT

Name : Stacey Ivana Enricca

NPM : 2013320181

Title : *The Relationship of Store Atmosphere and Shopping Motivation in One Eighty Coffee Music, Bandung*

As a tourism city, Bandung offers the natural beauty and factory outlets which sell distro products. This city also offers culinary attraction with its cafes that offers unique concepts in order to draw tourist's interest to enjoy its atmosphere especially for photography purpose. Thus, it is important to give particular attention in designing store atmosphere to raise consumer shopping motivation.

Referring to the phenomenon, it is interesting

To look closer the atmosphere offers by One Eighty Coffee Music. How the consumers attitude towards the store atmosphere. The store atmosphere influences the shopping motivation of consumer in that cafe.

This research aims to figure out far the relationship, how big company's store atmosphere can draw intention and motivate its consumers to visit and conduct purchasing, has fulfilled the expectation of its consumer.

The explanative research used quantitative analysis data were collected using survey as main tool method by distributors questionnaires to 255 respondents who either have visited One Eighty Coffee Music. Besides an interview with the restaurant manager has been conducted to find out information about the company.

It is suggested for the company to make interesting events on photography activities which utilize the Store Atmosphere at One Eighty Coffee Music therefore more consumers who are interested in architectural things can enjoy more place which offer unique spot.

Key words : Store Atmosphere, Shopping Motivation



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus atas berkat, anugrah dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini digunakan sebahai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

Peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu mulai dari awal hingga akhir, tidak hanya selama masa pengerjaan skripsi saja, melainkan sejak peneliti memulai perkuliahan di Universitas Katolik Parahyangan. Maka dari itu peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Tuhan Yesus, karena berkat kekuatan, hikmat, serta pernyetaan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Keluarga saya, Papi, Mami, Koko, Cici udah kasih dukungan baik dalam bentuk finansial, doa, motivasi serta dukungan lainnya sampai akhirnya skripsi ini bisa selesai.
3. Ibu Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan bimbingannya serta meluangkan waktu dan memberikan arahan kepada peneliti sampai skripsi dapat terselesaikan.
4. Seluruh pengajar dan staff di Universitas Katolik Parahyangan yang sudah berbagi ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan.

5. Pihak perusahaan One Eighty Coffee Music dan pihak manager serta supervisor yang telah bersedia berbagi informasi untuk jalannya penelitian ini.
6. Sahabat saya, Noel terimakasih untuk segala dukungannya, dan sudah menemani kalau ada waktu luang disela-sela kuliah.
7. Teman saya, Angie dalam membantu jalannya skripsi serta mensupport saya selama pengerjaan skripsi.
8. Sahabat-sahabat saya, Sheila, Icel, Nadya, dan sudah kasih dukungan ketika kuliah sampai skripsi juga menjadi teman baik dari awal hingga masa kuliah selesai.
9. Teman-teman seperjuangan Tjendana Family yang telah mengisi pengalaman dan dukungan selama masa kuliah.
10. Berbagai pihak yang berkontribusi dan menginspirasi saya untuk terus berkarya hingga saat ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Saya menyadari bahwa penulisan ini terdapat banyak kekurangan, Saya berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca serta semua pihak yang berkepentingan.

Bandung, 10 Juli 2017



Daftar Isi

Daftar Isi	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Objek penelitian.....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 <i>Store Atmosphere</i> (Atmosfer Toko)	6
2.1.1 Definisi <i>Store Atmosphere</i>	6
2.1.2 Manfaat <i>Store Atmosphere</i>	7
2.1.3 Pengukuran <i>Store Atmosphere</i>	8
2.2 <i>Shopping Motivation</i>	16
2.2.1 Definisi <i>Shopping Motivation</i>	16
2.2.2 Manfaat <i>Shopping Motivation</i>	17
2.2.3 Pengukuran <i>Shopping Motivation</i>	18
2.3 Penelitian Terdahulu.....	22
2.4 Hipotesis	26
BAB 3 METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian	27

3.2	Metode penelitian	27
3.3	Model Penelitian	29
3.4	Operasionalisasi Variabel	29
3.5	Populasi dan Sampling.....	33
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.7	Skala Pengukuran	34
3.8	Teknik Analisis Data	35
3.8.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	35
3.8.2	Analisis Korelasi.....	36
3.8.3	Uji Hipotesis	38
 BAB 4 OBJEK PENELITIAN.....		 40
4.1	Sejarah Perusahaan	40
4.2	isi dan Misi One Eighty Coffee.Music	42
4.3	Bagan Organisasi dan Uraian Tugas.....	43
 BAB 5 ANALISA DAN PEMBAHASAN.....		 46
5.1	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	46
5.1.1	Uji Validitas	46
5.1.2	Uji Reliabilitas	49
5.2	Karakteristik Responden.....	49
5.2.1	Deskripsi Variabel Penelitian.....	52
5.2.1.1	Tanggapan Konsumen Mengenai Store Atomsphere pada One Eighty Coffee Music di Kota Bandung.	52
5.3	Kategorisasi Variabel Penelitian.....	61
5.3.2.1	Analisis Korelasi	75
5.3.2.2	Pengujian Hipotesis.....	76
 BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN		 78
6.1	Kesimpulan	78
6.2	Saran	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Elemen <i>Store Atmosphere</i> menurut para ahli	9
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	30
Tabel 3.2	Pengukuran Skala Likert.....	35
Tabel 3.3	Kriteria Penilaian Korelasi.....	38
Tabel 5.1	Hasil Uji Validitas	47
Tabel 5.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 5.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 5.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 5.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	51
Tabel 5.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Teman Berkunjung.....	51
Tabel 5.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung	51
Tabel 5.8	Skor Tanggapan Konsumen Mengenai <i>Store Atmosphere</i> pada One Eighty Coffee Music di Kota Bandung	53
Tabel 5.9	Kriteria Presentase Tanggapan Responden.....	62
Tabel 5.10	Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Store Atmosphere</i> di One Eighty Coffee Music	62
Tabel 5.11	Perhitungan Presentase Rekapitulasi Variabel <i>Store Atmosphere</i>	64
Tabel 5.8	Skor Tanggapan Konsumen Mengenai <i>Shopping Motivation</i> pada On Eighty Coffee Music di Kota Bandung	65
Tabel 5.12	Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden pada Variabel <i>Shopping Motivation</i> di One Eighty Coffee Music.....	72

Tabel 5.10	Perhitungan presentase rekapitulasi variabel <i>Store Atmosphere</i>	74
Tabel 5.11	Kriteria tingkat hubungan variabel	75
Tabel 5.12	Hasil Analisis Korelasi	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Model Penelitian.....	29
Gambar 4.1	Logo One Eighty Coffee Music	42
Gambar 4.2	Struktur Organisasi One Eighty Coffee Music.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner Penelitian	83
Lampiran 2 Foto lokasi One Eighty Coffee Music Bandung.....	84



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Penulisan skripsi ini bermula dari ketertarikan penulis terhadap konsep dan cara pikir konsumen dalam ketertarikan pada tempat untuk mengisi waktu luang ataupun acara-acara tertentu. Bandung merupakan kota pariwisata, selain dengan alam yang menjadi pusat wisata, di sisi lain terdapat factory outlet yang menyediakan berbagai macam barang distro. Untuk menyeimbangkan wisata, pusatbelanja, dan kulinernya mulai bermunculan *cafe-cafe* yang muncul dengan desain dan konsep yang unik, sehingga menciptakan nuansa yang menarik dan nyaman untuk wisatawan.

Uniknya sekarang cita rasa bukan lagi hal utama yang diperhatikan oleh konsumen, namun unsur penyajian, *design interior* di *cafe* tersebut menjadi *trending topic*. Maka tidak heran jika semakin lama berjalannya waktu makin banyak saja *cafe* yang mengutamakan keunikan *design interior* dan unsur *Store Atmosphere* lainnya, pengusaha semakin kreatif dalam membangun sebuah usaha yang di mulainya. Berawal dari bangunan yang dibuat semenarik mungkin, lalu interior yang bagus untuk di jadikan *spot photography*, bisa juga dari penyajian makanan minuman yang unik, seperti penamaan makanan minuman yang unik, tampilan makanan minuman yang menarik, bahkan cara penyajian dengan teknik yang unik dapat menjadi daya tarik bagi konsumen pada masa ini.

Penentuan dalam pemilihan suatu tempat menjadi sebuah daya tarik dalam penelitian ini, karena konsep berpikir di benak konsumen serta pola kehidupan konsumen yaitu motivasi belanja dapat diteliti lebih dalam sehingga dapat bermanfaat bagi perusahaan yaitu dengan menciptakan suatu strategi untuk menentukan konsep apa yang menarik untuk suatu perusahaan. Salah satu faktor yang dapat diteliti lebih lagi adalah perilaku konsumen yang ada di masyarakat saat ini. Karena luasnya definisi dari perilaku konsumen, maka akan diteliti lebih dalam mengenai motivasi berbelanja pada konsumen.

Berbagai macam cara dilakukan oleh para pengusaha untuk melakukan riset pasar, sehingga mendapatkan informasi yang akurat mengenai kebutuhan dan keinginan pasar sendiri. Riset ini dilakukan juga untuk dapat dengan tepat menjadi solusi bagi para pengusaha sehingga usaha yang akan dibentuk atau sudah berjalan saat ini nantinya akan dapat bersaing dan bahkan memiliki keunggulan. Karena dilihat dari kondisi di Bandung saat ini, banyak usaha Cafe dan Restaurant yang mulai redup dikarenakan kurangnya inovasi sehingga kalah saing dengan usaha-usaha yang baru muncul.

Salah satu desain cafe yang menarik perhatian peneliti adalah One Eighty Cafe yang berlokasi di jalan Ganeca no 5 Bandung. Cafe ini menyediakan berbagai macam sajian makanan berat, camilan, macam-macam coffee dan cake. Keunggulan dari cafe ini adalah *Store Atmosphere* yang unik dan menarik serta memberikan kenyamanan menurut beberpa random konsumen yang sempat diwawancari pada saat kunjungan pada 9 Februari 2017 lalu, yaitu dengan adanya konsep kolam untuk berendam kaki, selain itu adanya desain dengan nuansa kayu

di setiap bagian di tampilan sempurna dipadukan pencahayaan alami pada siang sampai sore hari sehingga cafe tersebut memberi kenyamanan bagi konsumennya baik pencahayaan maupun sirkulasi udara.

Menurut hasil dari wawancara terhadap 15 orang responden pengunjung One Eighty Cafe yang berlokasi di jalan Ganeca no 3 pada tanggal 18 Februari 2017 lalu. Hampir dari seluruhnya mengemukakan bahwa terdapat ketertarikan terhadap kolam rendam kaki dan desain cafe yang menarik dan nyaman saat berkumpul bersama kerabat dianggap sedang menjadi gaya atau *trend* di Bandung.

Wakefield dan Baker (1998 : 51) mengungkapkan bahwa toko di kota-kota besar selalu berkompetisi satu sama lain untuk menciptakan kondisi-kondisi yang menyenangkan guna memenuhi keinginan sebagian besar konsumen yang menginginkan pengalaman yang menyenangkan ketika berkunjung ke sebuah toko. Maka dari itu perhatian khusus akan interior atau elemen *Store Atmosphere* lainnya sangatlah penting, selain dapat mencuri perhatian konsumen juga dapat memenuhi keinginan konsumen untuk mendapatkan pengalaman akan *trend* dan *mode* saat berkunjung ke sebuah cafe ini.

Maka dari itu pokok pembahasan ini di teliti agar dapat menemukan jalan keluar mengenai keadaan pasar dan motivasi berbelanja konsumen seperti apa yang dapat dimanfaatkan oleh pengusaha yang berbisnis di *Cafe* dan *Restaurant*, khususnya di Kota Bandung. Dengan demikian judul mengenai “**Hubungan *Store Atmosphere* dengan *Shopping Motivation* pada One Eighty Coffee Music Bandung**” dapat bermanfaat bagi perusahaan kedepannya sebagai riset mengenai pasar.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas maka dapat diidentifikasi beberapa masalah, yaitu :

1. Atmosfer toko (*Store Atmosphere*) seperti apa yang menjadi keunggulan yang ditawarkan One Eighty Coffee Music?
2. Apakah konsep *Store Atmosphere* yang dirancang perusahaan berpengaruh besar terhadap *Shopping Motivation* konsumen di Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemahaman di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa :

1. Sejauh mana pengaruh *Store Atmosphere* One Eighty Cafe mendukung *Shopping Motivation* di wilayah Bandung.
2. Konsep apa yang dapat disarankan pada perusahaan dalam usaha menarik konsumen untuk memiliki *Shopping Motivation* di kota Bandung?
3. Tanggapan kosumen di kota Bandung mengenai hal-hal apa saja yang diharapkan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut merupakan manfaat dari penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi peneliti maupun pembaca, diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi Penulis : Penulis mendapatkan ilmu mengenai pemasaran lebih lagi, penulis juga dapat mengaplikasikan ilmu dan hasil penelitian ke perusahaan yang tengah dijalani atau usaha yang akan datang.
2. Bagi Perusahaan : Perusahaan dapat menerapkan hasil penelitian dan mengaplikasikan dalam usaha yang akan atau sedang dijalani, dan dapat juga menyesuaikan konsep usahanya dengan pasar.
3. Bagi pihak lain : Penelitian ini dapat dipergunakan pihak lain untuk dapat menjadi perbandingan atau bahan penelitian lebih lagi.

1.5 Objek penelitian

Dalam penentuan objek penelitian, penulis memilih salah satu cafe dengan design interior yang unik yaitu One Eighty (180) yang berlokasi di Jl. Ganeca no 5. Cafe ini berlokasi di daerah Kampus ITB di Dago dan beroperasi mulai dari pk 08.00 – 22.00 (senin - jumat) dan 08.00 - 23.00 (sabtu - minggu). Pemilihan cafe ini disesuaikan dengan topik *Store Atmosphere* dan *Shopping Motivation* . Lokasi ini dinilai cocok untuk dijadikan objek penelitian karena cafe terlihat selalu ramai pengunjung sejak pembukaannya pada 15 juli 2016 lalu. Cafe ini menjual berbagai macam minuman olahan kopi, juga di sandingi dengan *cake*, ada pula makan berat yang dapat menjadi pilihan konsumen.