



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

Pengaruh Store Location dan Store Atmosphere Terhadap
Minat Beli Konsumen di Toko Sembilan dan Toko Genius
Sukabumi

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Stefanus Mahesa Martawandana

2013320042

Bandung

2017



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

**Pengaruh *Store Location* dan *Store Atmosphere* Terhadap
Minat Beli Konsumen di Toko Sembilan dan Toko Genius
Sukabumi**

Skripsi

Oleh

Stefanus Mahesa Martawandana

2013320042

Pembimbing

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

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Persetujuan Skripsi

Nama : Stefanus Mahesa Martawandana
Nomor Pokok : 2013320042
Judul : Pengaruh *Store Location* dan *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli
Konsumen di Toko Sembilan dan Toko Genius Sukabumi

Menyetujui untuk diajukan pada
Ujian Sidang jenjang Sarjana
Bandung, 18 Desember 2017

Pembimbing,

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

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si.

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Stefanus Mahesa Martawandana
Nomor Pokok : 2013320042
Judul : Pengaruh *Store Location* dan *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Sembilan dan Toko Genius Sukabumi

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Senin, 8 Januari 2018
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com., MBA., M.Phil. :

Sekretaris

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

Anggota

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

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Stefanus Mahesa Martawandana
NPM : 2013320042
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Pengaruh *Store Location* dan *Store Atmosphere* Terhadap
Minat Beli Konsumen di Toko Sembilan dan Toko Genius
Sukabumi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 17 Desember 2017



Stefanus Mahesa Martawandana

ABSTRAK

Nama : Stefanus Mahesa Martawandana
NPM : 2013320042
Judul : Pengaruh *Store Location* dan *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Sembilan dan Toko Genius Sukabumi

Toko Sembilan dan Toko Genius merupakan toko yang menjual produk alat tulis kantor. Keduanya didirikan pada waktu yang berbeda, Toko Sembilan didirikan pada tahun 2005 dan beralamat di Jalan Suryakencana no. 39 Cibadak, Sukabumi; Sementara Toko Genius didirikan pada tahun 2013 dan beralamat di Jalan Suryakencana no. 216 Cibadak, Sukabumi. Kebutuhan masyarakat akan alat tulis semakin meningkat seiring dengan upaya pemerintah untuk meningkatkan kualitas dunia pendidikan di Indonesia, jumlah pelajar akan terus bertambah, di mana pelajar merupakan salah satu target penjualan dalam bisnis alat tulis. Namun, untuk menarik minat masyarakat untuk membeli di tokonya, setiap perusahaan perlu merancang strategi pemasaran yang baik. Lokasi dan suasana toko menjadi sebagian dari faktor yang menjadi keunggulan oleh masing-masing toko untuk menarik minat beli konsumennya.

Berdasarkan hasil wawancara singkat dengan 20 konsumen yang pernah membeli di Toko Sembilan dan Toko Genius, 18 diantaranya setuju bahwa lokasi dan suasana toko memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen di Toko Sembilan dan Toko Genius.

Jenis penelitian ini adalah penelitian *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif dan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey dengan menyebarkan kuesioner pada Sampel sebanyak 200 responden, yaitu kepada konsumen yang pernah membeli di Toko Sembilan dan Toko Genius. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Jika dilihat pada analisis korelasi berganda, lokasi dan suasana toko memiliki hubungan yang kuat dengan minat beli kedua toko.

Kata kunci: Lokasi, Suasana Toko, dan Minat Beli

ABSTRACT

Name : Stefanus Mahesa Martawandana
NPM : 2013320042
Title : The Influence of Store Location and Store Atmosphere Towards Customer's Purchase Intention at Sembilan Store and Genius Store Sukabumi

Sembilan Store and Genius Store are selling stationery products. Both were established at different times, Sembilan Store was established in 2005 and is located at Suryakencana Street no. 39 Cibadak, Sukabumi; And Genius Store was established in 2013 and located at Suryakencana Street no. 216 Cibadak, Sukabumi. The public demand for stationery stuff is increasing along with the government's efforts to improve the quality of the education in Indonesia, the number of students will continue to grow, in which one of the sales target in the stationery business. However, to attract the public interest to buy in his shop, every company needs to mapped out a good marketing strategy. Store location and the store atmosphere of the store become part of the factors that become an advantage by each store to attract consumer's purchase intention.

Based on the results of a brief interview with 20 consumers who had purchased at Sembilan Store and Genius Store, 18 agreed that the location and the store atmosphere of the store had an influence on consumer's purchase intention in Sembilan Store and Genius Store.

The type of this research is explanatory research with quantitative approach and research method used in this research is survey research method by spreading questionnaire on Sample as much as 200 responders, that is to consumers who ever buy in Sembilan Store and Genius Store. The analysis technique used is multiple linear regression. The analysis results show that store location and store atmosphere have a strong influence towards the consumer's purchase intention of both stores.

Keywords: Store Location, Store Atmosphere, and Purchase Intention

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan YME, karena atas berkatnya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Pengaruh *Store Location* dan *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Sembilan dan Toko Genius Sukabumi”. Adapun penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam mendapatkan gelar sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan, oleh karena itu penulis menerima saran maupun kritik atas penelitian ini dan dalam kesempatan ini juga penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada berbagai pihak atas dorongan, saran, dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan YME, terima kasi atas segala anugerah, rahmat, dan karunia-Nya.
2. Orang tua tercinta mama dan papa, adik-adik tersayang Dominicus Reynold dan Kevin Mahendra, dan juga sepupu tersayang Andreas Akassi dan Valenciana Irawan yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan, doa, dan segala sesuatu yang saya butuhkan ketika menulis skripsi ini. Serta nenek dan oma yang selalu memberi dorongan kepada penulis.
3. Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis.
5. Ibu Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikirannya di tengah kesibukan untuk memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran kepada penulis selama menyusun skripsi. Terima kasih atas segala bentuk bantuan dan perhatian yang telah diberikan oleh ibu, jasa ibu tidak akan pernah terlupakan. Terima kasih

juga atas kesabaran ibu ketika menghadapi kekurangan penulis dalam menyusun skripsi ini.

6. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan, khususnya dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
7. Aldri Lim, Darwin Armando, Niko Yahya, Andreas Meiga, Chandra Welim, Welfredus Mehaga, Dito Laponsa, Ardhi Aliandi dan Mikael Desnatan yang merupakan teman-teman SMA yang hingga saat ini masih memberikan semangat bagi penulis.
8. Yohan Sture, Herfan Heryandi, dan Theodorus Kurniawan sebagai teman-teman kost yang selalu memberikan berbagai dukungan ketika penulis membutuhkan.
9. Nicolas Martin, Wilsen Raharja, Jessica Alaysia, Gary Gideon, Finesse Yonky dan teman-teman se-angkatan lainnya yang selalu memberikan semangat.
10. Hendry, Hudy, dan Oswell adik-adik angkatan yang selalu memberikan bantuan di semester akhir.
11. Melisa Febriani, Febrika Rhamadani, Anastasia Irawati dan Kathryn Eliseba, teman-teman dari Sukabumi.
12. Kelvin Leonard, Yoga Prawira, Selly, dan Fiona, rekan-rekan selama bimbingan.
13. Alexandra Devina Amelia.
14. Seluruh pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas doa, dukungan, dan bantuannya.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Bandung, 17 Desember 2017

Penulis,
Stefanus Mahesa Martawandana

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB 2 KERANGKA TEORI.....	5
2.1 <i>Store Location</i> (Lokasi Usaha).....	5
2.1.1 Pengukuran Lokasi Usaha.....	6
2.2 <i>Bisnis Retail</i>	9
2.3 <i>Store Atmosphere</i> (Suasana Toko).....	11
2.3.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Store Atmosphere</i>	12
2.3.2 Pengukuran <i>Store Atmosphere</i>	13
2.4 Minat Beli.....	20
2.4.1 Pengukuran Minat Beli.....	22
2.5 Hasil Penelitian Terdahulu.....	23
2.6 Hipotesis Penelitian.....	24
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Metode Penelitian.....	25
3.3 Model Penelitian.....	26
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	27

3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	30
3.5.1 Populasi.....	30
3.5.2 Sampel.....	30
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.7 Skala Pengukuran.....	32
3.8 Teknik Analisis Data.....	33
3.8.1 Uji Validitas.....	34
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	34
3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
3.8.3.1 Transformasi Data Ordinal Menjadi Data Interval.....	35
3.8.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	36
3.8.5 Analisis Korelasi.....	37
3.8.5.1 Analisis Korelasi Parsial.....	37
3.8.5.2 Analisis Korelasi Berganda.....	37
3.8.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	37
3.8.7 Rancangan Pengujian Hipotesis.....	37
3.8.7.1 Uji Parsial (Uji t).....	37
3.8.7.2 Uji Simultan (Uji F).....	38
BAB 4 OBJEK PENELITIAN.....	39
4.1 Toko Sembilan.....	39
4.1.1 Sejarah Toko Sembilan.....	39
4.1.2 Visi dan Misi Toko Sembilan.....	40
4.1.3 Bagan Organisasi dan Uraian Tugas.....	40
4.1.4 Kontak Perusahaan.....	40
4.2 Toko Genius.....	42
4.2.1 Sejarah Toko Genius.....	42
4.2.2 Visi dan Misi Toko Genius.....	42
4.2.3 Bagan Organisasi dan Uraian Tugas.....	43

4.2.4 Kontak Perusahaan.....	43
BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
5.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
5.1.1 Hasil Uji Validitas.....	45
5.1.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
5.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	47
5.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	49
5.3.1 Tanggapan Responden atas <i>Store Location</i>	49
5.3.2 Tanggapan Responden atas <i>Store Atmosphere</i>	51
5.3.3 Tanggapan Responden atas Minat Beli.....	52
5.4 Pengaruh <i>Store Location</i> dan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Minat Beli.....	54
5.4.1 Uji Asumsi Regresi Linier.....	54
5.4.1.1 Uji Normalitas.....	54
5.4.1.2 Uji Multikolinearitas.....	55
5.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	57
5.4.2 Analisis Korelasi Berganda.....	58
5.4.3 Analisis Korelasi Parsial.....	59
5.4.4 Koefisien Determinasi.....	60
5.4.5 Menguji Keberartian Koefisien Regresi.....	61
5.4.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Overall (Uji F).....	61
5.4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	64
5.4.6 Pengaruh <i>Store Location</i> dan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Minat Beli..	66
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
6.1 Kesimpulan.....	69
6.2 Saran.....	69
6.2.1 Saran untuk Toko Sembilan.....	69
6.2.2 Saran untuk Toko Genius.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	26
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	32
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas.....	44
Tabel 5.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	46
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 5.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	48
Tabel 5.7 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Store Location</i>	49
Tabel 5.8 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Store Atmosphere</i>	52
Tabel 5.9 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Minat Beli.....	56
Tabel 5.10 Uji Normalitas pada Toko Sembilan dan Toko Genius.....	58
Tabel 5.11 Uji Multikolinearitas pada Toko Sembilan.....	60
Tabel 5.12 Uji Multikolinearitas pada Toko Genius.....	60
Tabel 5.13 Uji Heteroskedastisitas pada Toko Sembilan.....	61
Tabel 5.14 Uji Heteroskedastisitas pada Toko Genius.....	62
Tabel 5.15 Analisis Korelasi Berganda pada Toko Sembilan.....	62
Tabel 5.16 Analisis Korelasi Berganda pada Toko Genius.....	63
Tabel 5.17 Besarnya Pengaruh Secara Parsial pada Toko Sembilan.....	63
Tabel 5.18 Besarnya Pengaruh Secara Parsial pada Toko Genius.....	64
Tabel 5.19 Pengujian Hipotesis Secara Overall (Uji F) pada Toko Sembilan.....	66
Tabel 5.20 Pengujian Hipotesis Secara Overall (Uji F) pada Toko Genius.....	67
Tabel 5.21 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t) pada Toko Sembilan.....	69
Tabel 5.22 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t) pada Toko Genius.....	69
Tabel 5.23 Analisis Regresi Berganda pada Toko Sembilan.....	70
Tabel 5.24 Analisis Regresi Berganda pada Toko Genius.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkiraan Pendapatan Toko Sembilan dan Toko Genius dalam Satu Bulan....	2
Gambar 4.1 Bagan Organisasi Toko Sembilan.....	39
Gambar 4.2 Tampilan Luar Toko Sembilan.....	40
Gambar 4.3 Contoh Produk yang Dijual di Toko Sembilan.....	40
Gambar 4.4 Contoh Produk yang Dijual di Toko Sembilan.....	40
Gambar 4.5 Contoh Produk yang Dijual di Toko Sembilan.....	40
Gambar 4.6 Bagan Organisasi Toko Genius.....	41
Gambar 4.7 Tampilan Luar Toko Genius.....	42
Gambar 4.8 Contoh Produk yang Dijual di Toko Genius.....	43
Gambar 4.9 Contoh Produk yang Dijual di Toko Genius.....	43
Gambar 4.10 Contoh Produk yang Dijual di Toko Genius.....	43
Gambar 5.1 Garis Kontinum <i>Store Location</i> pada Toko Sembilan dan Toko Genius...	50
Gambar 5.2 Garis Kontinum <i>Store Atmosphere</i> pada Toko Sembilan dan Toko Genius.	54
Gambar 5.3 Garis Kontinum Minat Beli pada Toko Sembilan dan Toko Genius.....	57
Gambar 5.4 Pengujian Normalitas Data Toko Sembilan dan Toko Genius.....	59
Gambar 5.5 Daerah Penolakan H_0 Pada Pengujian Secara Bersama-sama.....	67
Gambar 5.6 Daerah Penolakan H_0 Pada Pengujian Secara Bersama-sama.....	67

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu dari negara-negara berkembang yang mengalami pertumbuhan ekonomi yang cukup pesat. Pertumbuhan ekonomi Indonesia merupakan nomor ketiga tertinggi di dunia di antara negara-negara berkembang lainnya. Pada tahun 2016, ekonomi Indonesia tumbuh sebesar 5,02% (finance.detik.com, diakses pada 2 Desember 2017).

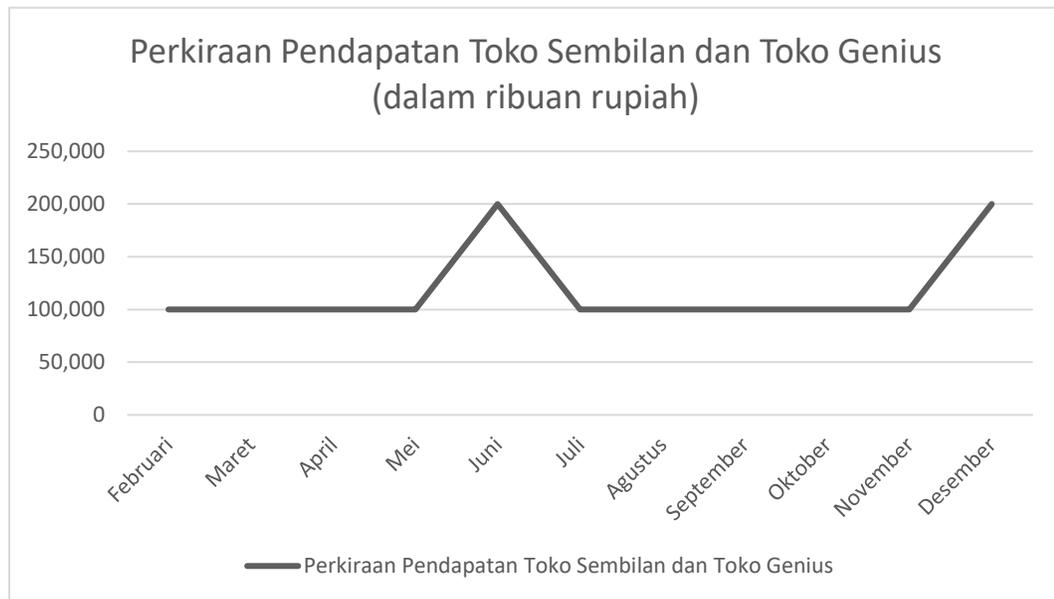
Salah satu faktor yang mendorong pertumbuhan ekonomi tersebut adalah perkembangan dunia pendidikan dan perkantoran yang semakin pesat. Kebutuhan terhadap alat tulis kantor semakin dicari pasar. Peluang bisnis ini memiliki pangsa pasar yang luas, karena barang-barang alat tulis kantor dibutuhkan oleh masyarakat dari seluruh kalangan, mulai dari masyarakat menengah ke bawah sampai masyarakat menengah ke atas (bisnisukm.com, diakses pada 16 November 2017).

Toko Sembilan dan Toko Genius merupakan dua jenis ritel yang bergerak pada bisnis alat tulis kantor. Keduanya bergerak pada bidang usaha yang sama, namun terdapat perbedaan dari lokasi dan suasana toko tersebut. Meskipun berbeda keunggulan, keduanya layak untuk dibandingkan karena target pasarnya sama, jarak lokasi kedua toko tersebut hanya terpaut sekitar kurang lebih 7 kilometer, jumlah transaksi yang hampir sama, dan keduanya termasuk ke dalam jenis usaha menengah. Pemilik dari Toko Sembilan, dalam wawancara singkat yang telah dilakukan penulis, menyatakan bahwa penghasilannya menurun semenjak Toko Genius berdiri. Kini, jumlah rata-rata transaksi yang terjadi di kedua toko tersebut pada hari kerja adalah sebanyak 450 transaksi dan 200 transaksi pada hari Sabtu dan Minggu dengan asumsi transaksi tersebut terjadi pada bulan-bulan selain pergantian semester (bulan Juni dan Desember) atau musim kenaikan kelas, untuk musim pergantian semester jumlah transaksi dapat meningkat hingga dua atau tiga kali lipatnya dari transaksi yang terjadi pada bulan-bulan lain. Untuk mengetahui perkiraan pendapatan masing-masing toko, penulis mengambil nilai tengah dari harga produk alat tulis dikalikan

dengan jumlah transaksi yang terjadi dalam satu hari. Dalam penelitian ini, produk alat tulis dengan harga terendah di masing-masing toko adalah Rp. 1.000 dan yang tertinggi adalah sekitar Rp. 15.000, maka penulis mengambil nilai tengah yakni Rp. 8.000. Maka, perkiraan pendapatan masing-masing toko adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Perkiraan Pendapatan Per Hari} &= \text{Harga Rata-rata Barang} \times \text{Jumlah Transaksi} \\ &= \text{Rp. } 8.000 \times 450 \\ &= \text{Rp. } 3.600.000 \text{ per hari (hari kerja)} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Perkiraan Pendapatan Per Hari} &= \text{Rp. } 8.000 \times 200 \\ &= \text{Rp. } 1.600.000 \text{ (weekend)} \end{aligned}$$



Grafik 1.1 Perkiraan pendapatan Toko Sembilan dan Toko Genius per bulan pada tahun 2017

Grafik 1.1 menggambarkan perkiraan pendapatan masing-masing toko pada setiap bulannya. Pada bulan Juni dan Desember, pendapatan naik hingga dua kali lipat karena kedua bulan tersebut merupakan pergantian semester di mana biasanya para pelajar membeli alat tulis yang baru.

Agar masyarakat sadar akan eksistensi dari suatu usaha, maka para pelaku usaha perlu menyusun strategi pemasarannya dengan baik. Dalam strategi pemasaran, adanya pemilihan lokasi usaha yang strategis menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan pemasaran dari sebuah usaha. Semakin strategis lokasi usaha yang dipilih,

semakin tinggi pula tingkat penjualan dan berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha. Begitu juga sebaliknya, jika lokasi usaha yang dipilih tidak strategis maka penjualan pun tidak akan terlalu bagus (bisnisukm.com, diakses pada 16 November 2017).

Suasana toko (*store atmosphere*) juga termasuk salah satu faktor penting yang dapat mendorong minat beli masyarakat pada suatu toko. Dengan membuat suasana suatu tempat semenarik mungkin, masyarakat akan mendapat stimuli untuk memasuki tempat tersebut. Suasana yang nyaman menjadi salah satu alasan utama masyarakat memilih untuk memasuki tempat tersebut (antaranews.com, diakses pada 16 November 2017).

Maka, berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Store Location* dan *Store Atmosphere* terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Sembilan dan Toko Genius di Sukabumi”.

1.2 Identifikasi Masalah

Perusahaan yang dipilih dalam penelitian ini adalah Toko Sembilan dan Toko Genius. Toko Sembilan didirikan pada tahun 2005 dan beralamat di Jalan Suryakencana no 39, Cibadak, Kabupaten Sukabumi, lebih tepatnya di pusat daerah tersebut. Terdapat beberapa sekolah di sekitar lokasi Toko Sembilan, yakni SDN 5 Cibadak, SDN 3 Cibadak, SD-SMP Mardi Yuana Cibadak, SMK Taman Siswa, SMAN 1 Cibadak, dan SMPN 2 Cibadak. Lokasi yang dekat dengan berbagai lembaga pendidikan membuat Toko Sembilan unggul pada bisnis alat tulis kantor. Ma’ruf (2006: 115), menyatakan bahwa lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran pemasaran ritel (*retailing mix*). Sementara *atmosphere* Toko Sembilan masih cenderung seperti toko tradisional.

Toko lain yang dipilih adalah Toko Genius, yang didirikan pada pertengahan tahun 2013. Toko Genius merupakan toko yang menjual alat tulis kantor, sama seperti Toko Sembilan namun dengan tampilan yang lebih modern. Menurut Buchari Alma (2007: 60) *Store Atmosphere* adalah suasana toko yang meliputi *interior*, *exterior*, tata letak, dan tampilan *interior* yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen dan membangkitkan minat untuk membeli. Namun, meski Toko Genius mengusung gaya yang lebih modern dan

fasilitas yang lebih maju, lokasi Toko Genius berada cukup jauh dari berbagai lembaga pendidikan yang menjadi pangsa pasar utama dari produk-produk alat tulis kantor.

Dengan perbedaan keunggulan dan kekurangan dari masing-masing toko dalam pemilihan lokasi dan suasana toko, maka menarik untuk diteliti:

1. Apakah lokasi (*store location*) mempengaruhi minat beli konsumen di Toko Sembilan dan Toko Genius?
2. Apakah suasana toko (*store atmosphere*) mempengaruhi minat beli konsumen di Toko Sembilan dan Toko Genius?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk meneliti apakah lokasi (*store location*) mempengaruhi minat beli konsumen di Toko Sembilan dan Toko Genius.
2. Untuk meneliti apakah suasana toko (*store atmosphere*) mempengaruhi minat beli konsumen di Toko Sembilan dan Toko Genius.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat:

1. Bagi akademisi, dapat memberi informasi ilmiah mengenai pengaruh *store location* dan *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen.
2. Bagi peneliti selanjutnya, dapat menjadi bahan referensi untuk melaksanakan penelitian yang berkaitan dengan judul skripsi ini.
3. Bagi pelaku usaha, dapat menjadi suatu pedoman dan referensi perbaikan kinerja bagi perusahaan agar dapat meningkatkan pelayanan dan kinerjanya, khususnya bagi perusahaan yang bergerak di bidang yang sama.