

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS LAYANAN, DAN AS MEREK
TERBADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GRAMEDIA EXPO SURABAYA**



Oleb:

NI MADE SURY ANINGRUM

12.1.02.05492

Program Studi Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA.

2016

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS LAYANAN DAN
EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
GRAMEDIA EXPO SURABAYA**

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

NI MADE SURYANINGRUM

NPM : 12.1.02.05492

Telah dipertahankan di Depan Tim Penguji

Pada tanggal 28 Mei 2016

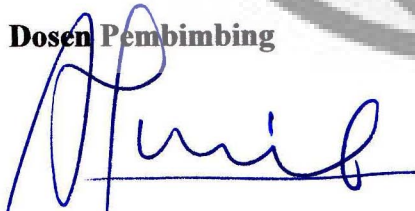
Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Suwitho, M.Si
Anggota : 1. Dr. Sonang Sitohang, S.M.I., M.M.
2. Drs. Ec. Sugiyono, MM

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh:

Dosen Pembimbing



Dr. Suwitho, M.Si

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Triyonowati, M.Si

Ketua STIESIA



Dr. Akhmad Riduwan, S.E., M.S.A., Ak., CA

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : NI MADE SURYANINGRUM

N.P.M : 12.1.02.05492

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS LAYANAN DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GRAMEDIA EXPO SURABAYA, dan diajukan untuk diuji pada tanggal 28 Mei 2016, adalah hasil karya saya.

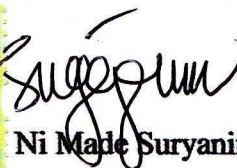
Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 28 Mei 2016

Yang membuat pernyataan,





Ni Made Suryaningrum

KATAPENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala penyertaan dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi disusun guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Judul skripsi ini yaitu **"PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS LAYANAN, DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN PADA GRAMEDIA EXPO SURABAYA"**.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan semua pihak, maka pada kesempatan ini tidak lupa untuk mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Akhmad Riduwan, S.E, M.S.A., Ak. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dr. Triyonowati, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Bapak Dr. Suwitho, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing serta memberikan petunjuk yang bermanfaat hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Bapak. Hendri Sukotjo, M.Si. selaku dosen wali yang telah membimbing dan mengrabakan sejak semester awal hingga pada semester terakhir ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen, serta para staf Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama kuliah.
6. Kepada orang tua, adik serta keluarga besar yang saya cintai, saya ucapkan yang sedalam-dalamnya atas doa, dukungan dan kasih sayang yang diberikan sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.

7. Kepada I Made Dimas Widyantarasaya ucapkan terima kasih sedalam-dalamnya atas dukungan dan doa selama ini, yang selalu membantu saya melewati berbagai macam kesulitan dan kendala serta selalu memberi motivasi hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
8. Kepada kawan-kawan seperjuangan SM 4 terima kasih atas dukungan dan inspirasinya.
9. Bapak Supervisor Gramedia Expo Surabaya, yang telah memberikan bantuan dan kerjasamanya untuk penulisan skripsi ini
10. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini saya ucapkan terima kasih

Dalam Penulisan skripsi ini, penulis ini, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini memang jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran sangat diperlukan untuk membangun semangat serta kesempurnaan skripsi ini

Semoga skripsi ini dapat membantu menunjang perkembangan ilmu pengetahuan serta memberikan manfaat yang berguna sebagai sumbangan pikiran yang berharga bagi yang berkepentingan.

Surabaya, 17 Mei 2016

Ni Made Suryaningrum

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	8
2.1 Tinjauan Teoretis	8
2.1.1 Store Atmosphere.....	8

1. Pengertian Store Athmosphere	8
2. Unsur-Unsur Store Athmosphere.....	9
2.1.2 Kualitas Layanan	11
1. Pengertian Kualitas Layanan	11
2. Dimensi Kualitas Layanan.....	12
2.1.3 Ekuitas Merek.....	15
1. Pengertian Ekuitas Merek.....	15
2. Keuntungan Ekuitas Merek	16
3. Indikator Ekuitas Merek	18
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	21
1. Pengertian Keputusan Pembelian	21
2. Proses Keputusan Pembelian.....	21
3. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	23
4. Peranan Dalam Proses Keputusan Pembelian	27
2.1.5 Penelitian Terdahulu	27
2.1.6 Pengaruh Store Athmosphere Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.1.7 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.1.8 Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.2 Rerangka Pemikiran	33
2.2.1 Model Konseptual.....	35
2.3 Hipotesis Penelitian	35

BAB 3 METODA PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran Dari Populasi (Objek) Penelitian.....	36
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	37
3.3 Teknik Pengumpulan Data	38
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	38
3.5 Instrumen Penelitian dan Pengukuran Variabel	41
3.6 Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Hasil Penelitian	47
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	49
4.3 Analisis Data.....	57
4.4 Pembahasan dan Implikasi Manajerial	69
BAB V PENUTUP	72
5.1 Simpulan	72
5.2 Saran	72
JADWAL PENELITIAN.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penelitian Terdahulu.....	28
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	51
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Kedatangan.....	52
7. Kelas Interval.....	53
8. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Store Athmosphere.....	54
9. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Layanan.....	55
10. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Ekuitas Merek.....	56
11. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
12. Uji Reliabilitas.....	58
13. Uji Validitas.....	59
14. Uji Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis.....	60
15. Uji Kelayakan Model.....	62
16. Uji Multikoleniaritas.....	64
17. Uji Autokorelasi.....	65
18. Uji Koefisien Determrinasi.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Proses Keputusan Pembelian.....	22
2. Rerangka Pemikiran.....	34
3. Model Konseptual.....	35
4. Struktur Organisasi Perusahaan.....	49
5. Uji Normalitas.....	63
6. Uji Heteroskedastisitas.....	66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner.....	78
2. Tabulasi Hasil Kuesioner.....	82
3. Tabulasi Frekuensi Data	86
4. Tabulasi Validitas danReliabilitas	91
5. Hasil Regresi.....	92

