

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *PRICE DISCOUNT*
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI RATU FASHION
KEFAMENANU**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Timor*



OLEH

**YOSEPH ANDRI NAINAHAS
41180099**

**PRODI EKONOMI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TIMOR
KEFAMENANU**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN


**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *PRICE DISCOUNT*
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI RATU FASHION
KEFAMENANU**

Diajukan Oleh:

YOSEPH ANDRI NAINAHAS
NPM:41180099

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing I



SIRILIUS NAFANU, SE.,MM
NIP. 19671231 20030 5 001

Pembimbing II


NURUL HUDA, SE.,MM
NIP.198811272020121003

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen


ELFRIDA D. NAIHATI, SE.,MM
NIP.198805223 201504 2 002

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *PRICE DISCOUNT*
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI RATU FASHION
KEFAMENANU**

Skripsi Ini Telah Dipertahankan Dalam Ujian Skripsi

Yang Dilaksanakan Pada:

Hari/Tanggal : Kamis, 28 Juli 2022
Jam : 11.30-12.30
Tempat : FEB II
Saudara : Yoseph A. Nainahas
Npm : 41180099
Dinyatakan : LULUS Dengan NILAI A
Predikat Kelulusan : SANGAT MEMUASKAN

TIM PENGUJI

Penguji II


SIRLIUS NAFANU, SE.,MM
NIP. 19621231 20030 5 001

Penguji III


NURUL HUDA, SE.,MM
NIP.198811272020121003

Penguji Utama


BERNO B. MITANG, SE.(MM)
NIP.19700726200501001

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis


Dr.KAMILAUS K.OKI, SE.,ME
NIP.19690925 200501 1 001

HALAMAN PERSETUJUAN

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Yoseph A. Nainahas, menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI RATU FASHION KEFAMENANU”**

Tidak terdapat karya ilmiah yang diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diikuti dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam skripsi ini dapat dibuktikan unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia SKRIPSI ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya terima sesuai undang-undang yang berlaku.

Kefamenanu2022



1000
REPUBLIK INDONESIA
MILITERAI
TEMPEL
DFCE4AJX880524437
(Yoseph A. Nainahas)

Motto

“Orang yang meraih kesuksesan tidak selalu orang yang pintar.

**orang yang meraih kesuksesan adalah
orang yang gigih dan pantang menyerah”.**

(Susi Pudjiastuti)

PERSEMBAHAN

Karya ini Saya Persembahkan Untuk :

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria penyelenggara hidup dan tumpuan harapan yang selalu mendengar semua curahan hati, penyertaan, kasih dan kemurahan-Nya
2. Kedua orang tua tercinta: Bapak Paulus Lasa (Alm) dan Mama Yuliana Kalui yang selalu memberikan dukungan, cinta dan kasih sayang baik doa maupun materi.
3. Kakak Imelda Lasa yang selalu mendukung penulis
4. Kakak Yulita Lasa, Kakak Marsi Lasa, Kakak Evi Nainahas, Kakak Leo Nainahas, Kakak Igi Nainahas, Dan Kakak Jimi Nainahas yang selalu mendukung penulis.
5. Sahabat dekat saya : Mario Tae, Thina Diwi, Ingrid Mahakbas, Rio Akoit, Nona Riu, Riyani Nafanu, Otta Metboki, Nini Sila, Silda Bria, Yeni Misa, Shanty Naitili Dan Angel Usfinit yang selalu mendukung penulis.
6. Semua teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonmi dan Bisnis Program Studi Manajemen angkatan 2018
7. Almamater tercinta, Universitas Timor.

ABSTRAK

Yoseph Andri Nainahas 41180099: Pengaruh *store atmosphere* dan *price discount* terhadap minat beli konsumen di Ratu Fashion Kefamenanu. Dibawah bimbingan Sirilis Nafanu, SE.,MM selaku pembimbing I dan Nurul Huda, SE.,MM selaku pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan antara variabel *store atmosphere* (X_1), dan *price discount* (X_2) terhadap minat beli (Y) di Ratu Fashion Kefamenanu. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuesoner yang dibagikan kepada 60 orang responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis regresi linear sederhana dan analisis regresi linear berganda dengan bantuan *software* SPSS 22,0.

Hasil analisis regresi sederhana dari variabel *store atmosphere* (X_1) terhadap minat beli adalah $Y = 12.029 + 0,219 X_1$, artinya dari persamaan ini adalah: nilai konstanta (a) adalah sebesar 12.029. Artinya setiap penambahan 1 satuan harga (X_1) maka minat beli (Y) akan meningkat sebesar 0,219. Nilai koefisien regresi sebesar 0,332 artinya pengaruh koefisien regresinya sangat kuat.

Hasil analisis regresi sederhana dari variabel *price discount* (X_2) terhadap minat beli adalah $Y = 9.915 + 0,376 X_2$ artinya dari persamaan ini adalah: nilai konstanta (a) adalah sebesar. 9.915 Artinya setiap penambahan 1 satuan *price discount* (X_2) maka minat beli (Y) akan meningkat sebesar 0.376. Nilai koefisien regresi sebesar 0.515 artinya pengaruh koefisien regresinya sangat kuat.

Hasil analisis regresi berganda dari variable *store atmosphere* (X_1), dan *price discount* (X_2) terhadap variabel minat beli (Y) adalah $Y = 9,872 + 0,035X_1 + 0,341X_2$. Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, jika mendekati 1 maka pengaruh semakin kuat, tetapi jika mendekati 0 maka pengaruh semakin lemah. Angka R yang diperoleh sebesar 0,516 artinya korelasi antara variable *store atmosphere* (X_1), dan *price discount* (X_2) terhadap variabel minat beli (Y) yang artinya koefisien regresinya kuat. Hal ini berarti terjadi hubungan yang kuat karena nilainya lebih besar dari 0,5 dan lebih mendekati 1.

Kata Kunci : store atmosphere, price discount, dan minat beli

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nyalah, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul **“PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI RATU FASHION KEFAMENANU.”**

Penyelesaian penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan rendah hati penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Sirilius Nafanu, SE.,MM selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing penulis dengan sabar dan penuh motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Nurul Huda, SE.,MM selaku dosen pembimbing ke II yang dengan setia dan tulus membimbing penulis sehingga proposal ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Bapak/ibu dosen Program Studi Manajemen yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan selama proses perkuliahan.
4. Bapak Dr. Kamilaus K.Oki, SE.,ME selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun rancangan skripsi ini.
5. Bapak/ibu karyawan-karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis dalam membantu pembuatan administrasi demi kelancaran penulisan skripsi ini.

6. Rekan-rekan seperjuangan yang telah memberikan dukungan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa proposal ini masih sangat jauh dari kemampuan dan kesempurnaan, dengan segenap hati yang tulus penulis berharap proposal ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Kefamenanu,.....2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GRAFIK.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Minat Beli	11
2.1.1 Pengertian Minat Beli	11
2.1.2 Indikator Minat Beli.....	12
2.1.3 Faktor-Faktor Minat Beli	14
2.2 Store Atmosphere.....	16

2.2.1 Pengertian Store Atmosphere	16
2.2.2 Indikator Store Atmosphere	24
2.2.3 Tujuan Store Atmosphere	25
2.2.4 Faktor-Faktor Store Atmosphere	25
2.3 Price Discount	26
2.3.1 Pengertian Price Discount	26
2.3.2 Bentuk-Bentuk Price Discount.....	26
2.3.3 Indikator Price Discount	29
2.3.4 Tujuan Price Discount.....	30
2.3.5 Jenis-Jenis Price Discount.....	30
2.4 Hubungan Teoritis Antar Vaeriablel Dan Perumusan Hipotesis	31
2.4.1 Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen	31
2.4.2 Pengaruh Price Discount Terhadap Minat Beli Konsumen	32
2.4.3 Pengaruh Store Atmosphere Dan Price Discount Terhadap Minat Beli Konsumen.....	33
2.5 Kerangka Berpikir.....	34
2.6 Defenisi Konsep Dan Pengukuran	35
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian	38
3.1.1 Tempat Penelitian	38
3.1.2 Waktu Penelitian	38
3.2 Metode Penelitian Sampel.....	38
3.2.1 Populasi.....	38

3.2.2 Sampel.....	38
3.3 Data Penelitian	39
3.3.1 Jenis Dan Sumber Data	39
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	40
3.4 Variabel Penelitian	40
3.5 Uji Instrumen Penelitian	41
3.5.1 Uji Validitas	41
3.5.2 Uji Reliabilitas	43
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.6.1 Uji Normalitas.....	43
3.6.2 Uji Multikolinieritas.....	44
3.6.3 Uji Autokolerasi.....	44
3.6.4 Uji Heteroskedastisitas.....	45
3.6.5 Uji Linearitas.....	45
3.7 Teknik Analisi Data	45
3.8 Koefisien Determinan (R^2).....	48
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis	49
3.9.1 Uji t	49
3.9.2 Uji F	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	51
4.2 Karakteristik Responden	51
4.2.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	52

4.2.2 Karakteristik Responden Menurut Umur	53
4.2.3 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	54
4.3 Hasil Uji Instrumen	55
4.3.1 Uji Validitas	55
4.3.2 Uji Reliabilitas	56
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	58
4.4.1 Normalitas	58
4.4.2 Multikolinearitas	61
4.4.3 Uji Autokorelasi	62
4.4.4 Uji Heteroskedastisitas	64
4.4.5 Uji Linearitas	65
4.5 Hasil Analisis Data	67
4.5.1 Hasil Analisis Deskriptif	67
4.6 Analisis Regresi Linear Sederhana	73
4.7 Analisis Regresi Linear Berganda	77
4.8 Koefisien Determinan (R^2).....	80
4.9 Hasil Pengujian Hipotesis	80
4.9.1 Uji T	80
4.9.2 Uji F	83
4.10 Pembahasan	87
Bab V KESIMPULAN.....	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Produk.....	5
Tabel 1.2 Data Volume Penjualan	6
Tabel 1.3 Survey Awal.....	8
Tabel 2.1 Defenisi Konsep Dan Pengukuran	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Menurut Umur	53
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	54
Tabel 4.4 Hasil Uji Vaiditas	56
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Linearitas (<i>Store Atmosphere</i>).....	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Linearitas (<i>Price Discount</i>)	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Deskriptif (<i>Store Atmosphere</i>).....	68
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Deskriptif (<i>Price Discount</i>).....	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Deskriptif Minat Beli	72
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana (<i>Store Atmosphere</i>)	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana (<i>Price Discount</i>).....	76
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	78
Tabel 4.17 Hasil Uji T	81

Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	83
-----------------------------	----

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	52
Grafik 4.2 Karakteristik Responden Menurut Umur	53
Grafik 4.3 Karakteristik Responden Menurut	54
Grafik 4.4 Hasil Uji Analisis Deskriptif (<i>Store Atmosphere</i>)	68
Grafik 4.5 Hasil Uji Analisis Deskriptif (<i>Price Discount</i>).....	70
Grafik 4.6 Hasil Uji Analisis Deskriptif Minat Beli	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	35
Gambar 4.1 hasil uji normalitas	59
Gambar 4.2 hasil uji heteroskedastisitas	65

DAFTAR LAMPIRAN

Daftar Pustaka

Kuesioner

Lampiran 1 Tabulasi

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Surat Ijin Penelitian

Lampiran 4 Surat Selesai Penelitian

Lampiran 5 Hasil Output Spss