

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA FILOSHOP AREA**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT MEMPEROLEH
GELAR SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

Oleh :

PHITAWA AGUNG NUGROHO
10390001

Pembimbing:

Drs. A. YUSUF KHOIRUDDIN, S.E, M.Si

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2018



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-2222 /Un.02/DEB/PP.00.9/08/2018

Tugas Akhir dengan judul : **PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA FILOSHOP AREA**

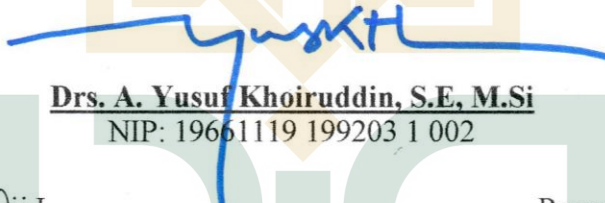
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Phitawa Agung Nugroho
Nomor Induk Mahasiswa : 10390001
Telah diujikan pada : Senin, 21 Mei 2018
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

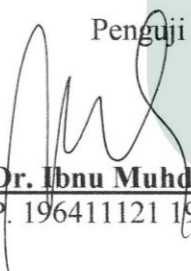
dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang


Drs. A. Yusuf Khoiruddin, S.E, M.Si
NIP: 19661119 199203 1 002

Penguji I


Dr. Ibnu Muhdhir, M.Ag
NIP. 196411121 199203 1 006

Penguji II


Farid Hidayat, S.H, M.S.I
NIP. 19810726 201503 1 002

Yogyakarta, 29 Agustus 2018
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
D E K A N


Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.
NIP. 19670518 199703 1 003



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi
Saudara Phitawa Agung Nugroho

Lamp: -

Kepada:

**Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta.**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama: Phitawa Agung Nugroho
NIM: 10390001
Judul Skripsi: **Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Filishop Area**

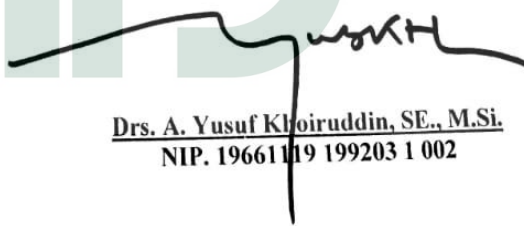
Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum Program Studi Manajemen Keuangan Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 22 Sya'ban 1439 H
11 Mei 2018 M

Pembimbing


Drs. A. Yusuf Khoiruddin, SE., M.Si.
NIP. 19661119 199203 1 002

SURAT PERNYATAAN

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: Phiatawa Agung Nugroho
NIM: 10390001
Jurusan: Manajemen Keuangan Syari'ah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Filoshop Area**" adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 8 Mei 2018
Penyusun,



Phiatawa Agung Nugroho
NIM. 10390001

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta:

Nama: Phiatawa Agung Nugroho
NIM: 10390001
Jurusan: Manajemen Keuangan Syari'ah

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga karya ilmiah saya yang berjudul "**Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Filishop Area**". Beserta perangkat yang di perlukan (bila ada).

Dengan demikian saya memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di internet ataupun media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya maupun memberikan royalti kepada saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penuli.

Demikian pernyataan ini yang saya buat yang saya buat dengan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 8 Mei 2018
Penyusun,



Phiatawa Agung Nugroho
NIM. 10390001

MOTTO

“Hidup itu jangan hanya bermimpi tapi juga harus ada tindakan dan
jadilah pemenang di setiap tantanganmu”

“Jika kamu bisa melakukannya saat ini juga kenapa harus nanti?
Kenapa harus kamu tunda? Lakukanlah segera”

“Menjadi besar, menjadi kebanggaan, bisa berprestasi bukan karena
orang lain, tapi karena usaha, kerjakeras dan do’a kamu sendiri”



HALAMAN PERSEMBAHAN

SKRIPSI INI KUPERSEMBAHKAN KEPADA:

Allah S.W.T dan Nabi Muhammad S.A.W

Kedua Orang Tua Bapak Agus Pitoyo dan Ibu Wagiyem
Adik-adikku Septiani Listyaningsih, Rissa Rahmadhani Putri Utami,
Intan Rizqi Muslimatun,
Keponakanku Chika Julia Putri

Keluarga besar Wijo Sumarto dan Mardi Dasuki

*Almamater UIN Sunan Kalijaga dan
Bangsa INDONESIA tercinta*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	b	be
ت	Ta'	t	te
ث	sa'	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	kh	ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye

ص	sad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	ء	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wawu	w	w
هـ	ha'	h	ha
ء	hamzah	ء	apostrof
ي	ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Ta' marbutah*

Semua *ta' marbutah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti *shalat*, *zakat*, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علة	ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karamah al-auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

-----◌-----	Fathah	ditulis	<i>A</i>
-----◌-----	Kasrah	ditulis	<i>i</i>
-----◌-----	Dammah	ditulis	<i>u</i>

فَعَلَ	Fathah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	ditulis	<i>zukira</i>
يَذْهَبُ	Dammah	ditulis	<i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif جاهلية	ditulis	A
	ditulis	<i>jahiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati تنسى	ditulis	a
	ditulis	<i>tansa</i>
3. Kasrah + ya' mati كريم	ditulis	i
	ditulis	<i>karim</i>
4. D{ammah + wawu mati فروض	ditulis	u
	ditulis	<i>furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati بينكم	ditulis	Ai
	ditulis	<i>bainakum</i>
2. fathah + wawu mati قول	ditulis	au
	ditulis	<i>qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لنشكرتم	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'an</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السَّمَاء	ditulis	<i>as-Sama'</i>
الشَّمْس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوالفروض	ditulis	<i>zawi al-furud</i>
أهل السنّة	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT penyusun panjatkan kehadirat-Nya yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, keluarga beserta sahabat-sahabatnya yang telah memberikan pencerahan di muka bumi ini.

Pada kesempatan ini penyusun dengan ketulusan dan kerendahan hati ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dengan memberikan masukan dan kontribusi berarti dalam proses penelitian dan penyusunan sehingga karya ilmiah ini bisa terselesaikan dengan baik antara lain:

1. Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi, MA, Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta;
2. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta;
3. H.M. Yazid Affandi, M.Ag Selaku Ketua Program Studi Manajemen Keuangan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga dan juga selaku pembimbing akademik yang telah membagi ilmu, pengarahan dan bimbingan sehingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Bapak Drs. A. Yusuf Khoiruddin, SE.,M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dari awal proses kuliah hingga akhir semester dan juga selaku pembimbing skripsi yang telah membagi ilmu, pengarahan dan bimbingan sehingga terselesaikannya skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen beserta seluruh Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta Prodi Manajemen Keuangan Syari'ah UIN Sunan Kalijaga;
6. Keluarga tercinta, Bapak Agus Pitoyo dan Ibu Wagiyem, adik-adik, (Septi, Puput dan Intan) keponakan (Chika), kakek, nenek, serta seluruh keluarga besarku yang telah memberikan motivasi dan semangat
7. Keluarga besar KUI '10, Islamic Finance A, dan yang tak bisa disebutkan satu-satu.
8. Seigala Terakhir (Syamsul Hidayat, Eka Beriansyah, Riki Setiawan, Cahya Tri Nugraha)
9. Sahabat – sahabatku (andi, rifky, vaqih, chabibi, ali, ony, rahmad, dayat, toni, fahmi), REVORVER S4 (tulus, hari, dina, baskoro, rahmad, dll), REMAJA GUPOLO 038 (didit, kensrie, fajar, lia, imam, galang, anur, heni, dll), BLUE TEAM INDIRA, dan tria, niken, abi, alfat, ana, umam, ari, riski, novi, hafiz, dll yang tak bisa disebutkan satu – satu.
10. Sahabat BEM (Badan Eksekutif Mahasiswa) dan seluruh pihak yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Semoga karya ini bermanfaat dan menjadi barokah bagi semua yang berkaitan dengan skripsi ini. *Amin Ya Robbal 'Alamin.*

Yogyakarta, 22 Sya'ban 1439 H
8 Mei 2018 M

PhitawaAgung Nugroho
10390001

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSETUJIAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Pembahasan	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Telaah Pustaka	8
B. Kerangka Teoritik	10
1. Pemasaran	10
2. <i>Store Atmosphere</i>	13
3. Keputusan Pembelian.....	22
C. Pengembangan Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Model Penelitian	28

B. Populasi dan Sampel	28
C. Instrumen Pengumpulan Data	29
D. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	29
E. Definisi Operasioanal Variabel	30
F. Metode Analisis Data	31
G. Uji Hipotesis	37
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	39
A. Analisis Kualitatif	39
B. Analisis Kuantitatif	44
1. Uji Validitas	44
2. Uji Reliabelitas.....	46
3. Uji Asumsi Klasik.....	50
a. Uji Normalitas.....	50
b. Uji Autokorelasi.....	53
c. Uji Heteroskedastisitas.....	54
d. Uji Multikolinieritas.....	55
4. Uji Regresi Berganda	56
a. Koefisien Determinasi.....	56
b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	58
c. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	58
C. Hipotesis.....	59
D. Interpretasi dan pembasahan	61
BAB V PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 : Tingkat Reliabelitas Berdasarkan Nilai Alpha	33
Tabel 4.1 : Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.2 : Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.3 : Jumlah responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
Tabel 4.4 : Jumlah Responden Berdasarkan pendapatan	41
Tabel 4.5 : Jumlah Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	42
Tabel 4.6 : Jumlah Responden Berdasarkan Alasan Belanja.....	43
Tabel 4.7 : Hasil Uji Validitas	44
Tabel 4.8 : Tingkat Reliabelitas Berdasarkan Nilai Alpha	46
Tabel 4.9 : Hasil Uji Reliabelitas Variabel <i>Exterior</i>	47
Tabel 4.10 : Hasil Uji Reliabelitas Variabel <i>General Interior</i>	47
Tabel 4.11: Hasil Uji Reliabelitas Variabel <i>Store Layout</i>	48
Tabel 4.12: Hasil Uji Reliabelitas Variabel <i>Interior Display</i>	49
Tabel 4.13: Hasil Uji Reliabelitas Variabel Pelayanan.....	49
Tabel 4.14: Hasil Uji Reliabelitas Variabel Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.15 :Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.16 :Hasil Uji Autokorelasi	53
Tabel 4.17: Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.18: Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	56
Tabel 4.19: Hasil Uji F.....	57
Tabel 4.20: Hasil Uji t.....	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1: Hasil Uji Normal P-P Plot.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Data Mentah Variabel

Lampiran 2: Hasil Olah Data

Lampiran 3: Kuesioner

Lampiran 4: Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 5: *Curriculum Vitae*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* (*exterior, general interior, store layout, interior display*, dan pelayanan) terhadap kepuasan pembelian pada Karita Muslim Square Yogyakarta. Penelitian ini termasuk penelitian empiris yang diperoleh berdasarkan observasi lapangan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari Karita Muslim Square Yogyakarta. Sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan hasil penelitian sebagai berikut *store atmosphere* (*exterior, general interior, store layout, interior display*, dan pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian pada Karita Muslim Square Yogyakarta. Variabel *general interior* dan *store layout* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian, sedangkan tiga variabel yang lainnya yaitu *exterior, interior display* dan pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian pada Karita Muslim Square Yogyakarta. Dari semua variabel *general interior* menjadi variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pembelian pada Karita Muslim Square.

Kata Kunci: *store atmosphere, exterior, general interior, store layout, interior display*, pelayanan dan keputusan pembelian.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis ritel di Indonesia terus tumbuh secara pesat, hal ini bisa dilihat dari data yang dikeluarkan oleh Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo), pada tahun 2012-2013 ritel Indonesia tumbuh sekitar 14-15 persen. Cukup signifikan apabila dibandingkan dengan pertumbuhan perekonomian nasional. Hal ini tentu saja akan menciptakan peluang dan tantangan baru bagi perusahaan ritel di Indonesia. Pertumbuhan bisnis ritel ini didukung dengan semakin bertambahnya dan padatnya jumlah penduduk maupun perluasan wilayah atau daerah.

Jumlah penduduk Indonesia saat ini menurut sensus penduduk tahun 2013 sudah mencapai hampir 247 juta jiwa, tahun 2015 naik menjadi hampir 255 juta jiwa. Hal ini merupakan sebuah kenaikan yang cukup signifikan dibanding dengan hasil sensus yang hanya mencatat 232 juta jiwa. Di Daerah Istimewa Yogyakarta sendiri pada tahun 2013 menurut Kepala BKKBN DIY Dra Tjondrorini, Mkes dalam acara silaturahmi dan buka puasa bersama dengan awak Media Massa di Ruang Kencana Kantor BKKBN DIY, Selasa (30/7) mengatakan “Bahwa jumlah penduduk DIY saat ini mencapai 3,5 juta jiwa. Selain itu, dengan predikat kota Yogyakarta sebagai kota pelajar, dengan banyaknya universitas ataupun sekolah tinggi tentu bertambah pula setiap tahunnya jumlah pendatang

atau mahasiswa dari luar daerah. Hal ini tentu sangat berpengaruh terhadap bisnis ritel khususnya di Yogyakarta.

Bisnis ritel yang sedang berkembang cukup pesat saat ini diantaranya adalah bisnis pakaian, dan hal ini dilirik oleh Filoshop Area. Filoshop Area merupakan salah satu retail di Yogyakarta. Filoshop Area adalah toko pakaian yang bersegmen untuk anak muda yang terletak di jalan Nusa Indah Condongcatur Depok Sleman Yogyakarta. Filoshop Area menempati sebuah bangunan yang terdiri dari satu lantai, yang menyediakan aneka macam jenis pakaian dan pernak pernik kaum muda..

Filoshop Area didirikan oleh beberapa anak muda yang pada saat itu sedang menempuh kuliah. Mereka adalah Rovi dan Abu yang keduanya merupakan teman kuliah yang sering bersama menghabiskan waktu. Mereka dahulunya merupakan mahasiswa UIN Sunan Kalijaga. Awalnya hanya dijalankan dari toko online saja yang kemudian semakin maju dan membuka store di Condongcatur. Tak hanya itu saja semakin berjalannya waktu Filoshop Area kini juga membuka cabang di Solo.

Pada penulisan ini, penulis mengambil sample Filoshop Area dikarenakan , kelahiran Filoshop Area ini didasari oleh semangat untuk menangkap celah pasar (*niche market*), dalam kaitan *niche market* inilah Filoshop Area memprioritaskan menggarap segmen kaum muda. *Exterior* dan *interior* dari Filoshop Area pun didesain dengan gaya anak muda.

Exterior, interior merupakan beberapa elemen dari *store atmosphere*. Menurut Sutisna dan Pawaitra (2001) *store atmosphere* adalah status afeksi dan kognisi yang dipahami konsumen dalam suatu toko, walaupun mungkin tidak sepenuhnya disadari pada saat berbelanja. Definisi yang lebih luas dijelaskan oleh Peter dan Olson (1999) yang menjelaskan bahwa *store atmosphere* meliputi hal-hal yang bersifat luas seperti halnya tersedianya pengaturan udara (AC), tata ruang toko, penggunaan warna cat, penggunaan jenis karpet, warna karpet, bahan-bahan rak penyimpanan barang, bentuk rak dan lain-lain.

Menurut Berman dan Revans (2001: 96), unsur-unsur *Sotore Atmosphere* adalah:

1. *Exterior*
2. *General interior*
3. *Store layout*
4. *Interior display*

Setiap perusahaan selalu berusaha agar sukses dalam memenangkan persaingan dengan berusaha untuk dapat mencapai tujuan yaitu menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Mempertahankan pelanggan merupakan tantangan bagi perusahaan yang harus diupayakan untuk kelangsungan hidup perusahaan. Hal tersebut bisa dicapai oleh suatu perusahaan melalui upaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen, dimana kegiatan tersebut sangat tergantung pada perusahaan atau pedagang dengan bermacam

atribut seperti harga, produk, pelayanan maupun lokasi atau tempat yang nyaman sehingga mempengaruhi keputusan untuk berbelanja.

Store atmosphere tidak hanya dapat memberikan suasana lingkungan pembelian yang menyenangkan saja, tetapi juga dapat memberikan nilai tambah terhadap produk yang dijual. Selain itu, *store atmosphere* juga akan menentukan citra tempat itu sendiri. Citra tempat yang baik dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan untuk bertahan terhadap persaingan dalam membentuk pelanggan yang loyal. *Store atmosphere* sebagai salah satu sarana komunikasi yang memberikan nilai positif dan menguntungkan dapat membuat semenarik mungkin. Tetapi sebaliknya juga dapat menghambat proses pembelian.

Store atmosphere sebagai alat komunikasi pemasaran yang didesain sedemikian rupa agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta sebagai upaya pemahaman perilaku konsumen pada toko ritel modern dalam rangka merangsang keinginan berbelanja. Perubahan terhadap *store atmosphere* harus selalu dirancang agar tidak membosankan, langganan tetap setia, dan mengatasi para saingan. Jika konsumen bosan dengan suasana toko kemungkinan besar mereka akan beralih ke toko lain.

Dari uraian tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA FILOSHOP AREA.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka pokok masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *store atmosphere* (*exterior, general interior, store layout, interior display* dan pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian pada Filoshop Area.
2. Manakah variabel *store atmosphere* (*exterior, general interior, store layout, interior display* dan pelayanan) yang lebih berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian pada Filoshop Area.

C. Tujuan Penelitian

Atas dasar permasalahan diatas, maka dapat dirumuskan tujuan dari penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk menggambarkan dan menjelaskan apakah *store atmosphere* (*exterior, general interior, store layout, interior display* dan pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian pada Filoshop Area.
2. Untuk mengetahui variabel *store atmosphere* (*exterior, general interior, store layout, interior display* dan pelayanan) manakah yang lebih berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian pada Filoshop Area.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah untuk memberikan referensi serta pengetahuan mengenai Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Konsumen pada Filoshop Area, bagi:

1. Bagi kalangan akademisi, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam kancah pemikiran para akademisi yang mendalami ilmu manajemen Pemasaran, serta sebagai pendorong bagi peneliti tingkat lanjutan untuk melakukan penelitian lebih baik dan mendalam terhadap permasalahan yang sama sebagai tindak lanjut dari penelitian ini. dari kepentingan yang bersifat praktis (guna keperluan pengabilan kebijakan dan keputusan).
2. Bagi Perusahaan, Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada Filoshop. sehingga dapat digunakan untuk menentukan kebijaksanaan pengambilan keputusan manajerial dalam pengembangan Filoshop itu sendiri.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk lebih terarahnya pembahasan dalam penulisan penelitian ini, maka perlu digunakannya sistematika pembahasan. Dalam penelitian ini akan dibagi menjadi lima bab. Bab *pertama*, merupakan pendahuluan yang membahas tentang latar belakang masalah yang dijadikan dasar dalam merumuskan pokok permasalahan dalam penelitian ini, kemudian dilanjutkan dengan tujuan dan kegunaan penulisan penelitian, serta diakhiri dengan sistematika pembahasan.

Bab *Kedua*, adalah landasan teori yang digunakan sebagai landasan analisis dalam penelitian. Bab ini menjelaskan konsep-konsep utama yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab *Ketiga* berisi tentang metode penelitian yang membahas mengenai jenis dan sifat penelitian, data dan sumber data, teknik pengambilan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, dan teknik analisis data.

Bab *Keempat* menjelaskan tentang analisa data dan pembahasan yang berisi mengenai pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, hasil penelitian, dan pembahasan terhadap hasil yang diperoleh.

Bab *Kelima* adalah bab penutup, dimana pada bab ini penyusun akan mengambil suatu kesimpulan dari pembahasan-pembahasan yang telah diuraikan serta saran, daftar pustaka dan lampiran dari seluruh kegiatan dalam peneltian.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh *store atmosphere* (*exterior, general interior, store layout, interior display* dan pelayanan) berpengaruh secara signifikan dan mengetahui variabel manakan yang paling berpengaruh. Kesimpulan dari semua analisis yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel berpengaruh positif signifikan yaitu Keputusan pembelian dipengaruhi secara bersama-sama oleh *exterior, general interior, store layout, interior display* dan pelayanan yang ada pada Filishop Area.
2. Hasil uji parsial, variabel independen yang terdiri dari persepsi *general interior* dan *store layout* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dan yang paling berpengaruh yaitu variabel *general interior*. Sedangkan tiga variabel independen yang tidak berpengaruh signifikan yaitu *exterior, interior display* dan pelayanan.

B. Saran

Walaupun mayoritas konsumen menyatakan kelima variable *store atmosphere* dapat dinilai berkategori baik, namun masih banyak konsumen yang menyatakan pendapat ragu- ragu. Jawaban ragu-ragu bisa mengarah pada pendapat bahwa variabel dinilai kurang baik tapi mereka enggan menjawab

demikian. Hal ini menunjukkan bahwa sesungguhnya masih banyak hal yang perlu dibenahi oleh Filoshop Area, terutama mencakup kelima variabel *store atmosphere* demi pengembangan yang lebih baik dimasa yang akan datang.

Mayoritas responden berpendapat bahwa variabel dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka adalah *general interior*, berarti pihak Filoshop harus selalu memperhatikan kebersihan, pengaturan barang, suasana ruangan dan letak fasilitas pendukung lainnya.

Walau aspek *store atmosphere* memberi kontribusi cukup besar dalam mengkaji keputusan pembelian, namun perlu dilakukan perbandingan besaran kontribusi yang disumbangkan oleh variabel-variabel lain yang juga mempengaruhi keputusan pembelian namun tidak tercakup dalam model analisis penelitian ini, misalnya aktivitas promosi dan periklanan yang dilakukan perusahaan, level harga yang ditawarkan, kegiatan diskon pada saat-saat tertentu, dan lain-lain. Dengan demikian dapat memberikan pertimbangan yang lebih komprehensif dan lebih bermanfaat bagi pihak manajemen Filoshop Area dalam penentuan strategi yang tepat dalam mempengaruhi perilaku belanja konsumen khususnya.

DAFTAR PUSTAKA

Al – Qur'an

Departemen Agama, Al-Qur'an dan Terjemahannya, Jakarta: Intermassa, 1993.

Buku

Aplikasi SPSS Versi 17, Cet-II, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010).

Budi, Triton Prawira, *SPSS 13.0 Terapan; Riset Statistik Parametrik*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006).

Ghozali, Imam, *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011).

Hadi, Syamsul, *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Akuntansi dan Keuangan*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2009).

Indirantoro, Nur, *Metode Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: BPFE).

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009).

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survey*, cetakan ke-18 (Jakarta: LP3S, 2006).

Suharso, Puguh, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis*, (Jakarta: Indeks, 2008).

Syofian, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17, Cet-II*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010).

Wahyono, Teguh, *Analisis Data Statistik dengan SPSS 14*, (Jakarta: PT Elex Media Komputndo, 2006).

Jurnal

Karmela F, Lili dan Jujun Junaedi, *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Griya Kuningan, Vol. 5, No. 9, Januari Juni, 2009*

Meldarianda , Resti, S.E dan Henky Lisan S., S.E., M.Si, *Pengaruh Sore Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rescort Café Atmosphere Bandung.*

Octaviani, Achirul, *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Pembelian Konsumen Coffe Toffe Jatim Expo Surabaya.*

Internet

www.Aprindo.net, diakses pada tanggal 1 September 2014.

<http://www.takafulumum.co.id/index.php/in/renungan-harian/207-kebersihan-adalah-setengah-dari-keimanan>, diakses pada tanggal 1 September 2014

<http://majalah.pengusahamuslim.com/pemasaran-dalam-perspektif-islam-2/>, diakses tanggal 11 September 2014

<http://www.perrytristiano.com/baru/articles/bisnis-eceran/170-atmosfer-toko.html>, diakses tanggal 24 Agustus 2014.

<http://ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam/>, diakses tanggal 8 September 2014.

jrkynews.com, 30 Juli 2013 dikutip dari http://jrky.org/index.php?option=com_content&view=article&id=479 ledakan-penduduk-di-diy-perlu-perhatian-serius&catid=37:berita jrky&Itemid=65, diakses pada tanggal 21 September 2014

Kepada

Yth. Bapak/Ibu/Saudara

Konsumen Filoshop Area



Dalam rangka penyusunan skripsi yang Berjudul **“Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Filoshop Area”**, maka kami mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk berkenan mengisi kuesioner ini. Dalam mengisi kuesioner, silahkan memilih jawaban yang paling sesuai dengan keadaan diri Bapak/Ibu/Saudara tanpa dipengaruhi orang lain karena dalam kuesioner ini tidak ada jawaban benar atau salah. Setelah selesai mengisi kuesioner, mohon diperiksa kembali agar tidak ada satu nomor yang terlewatkan. Segala keterangan dan jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara berikan dalam kuesioner ini akan dijamin kerahasiaannya.

Atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,
Phitawa Agung Nugroho

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama:
2. Usia:
 - a. < 20 tahun
 - b. 20 – 30 tahun
 - c. 31 – 40 tahun
 - d. 41 – 50 tahun
 - e. > 50 tahun
3. Jenis Kelamin: () Laki – laki () Perempuan
4. Pekerjaan:
 - a. Pelajar / Mahasiswa
 - b. Pegawai Negeri
 - c. Karyawan Swasta
 - d. Wiraswasta
 - e. Ibu Rumah Tangga
 - f. Lainnya (Sebutkan)

5. Pendapatan / Uang Saku Per Bulan:
- < Rp 500.000
 - Rp 500.000 – Rp 1.500.000
 - Rp 1.500.001 – Rp 2.500.000
 - Rp 2.500.001 – Rp 3.500.000
 - Rp 3.500.001 – Rp 4.500.000
 - > Rp 4.500.000
6. Berapa Kali Anda Berbelanja di Filoshop Area?
- Baru satu kali
 - 1 kali dalam sebulan
 - 2 – 3 kali dalam sebulan
 - 1 kali dalam setahun
 - 2 – 3 kali dalam setahun
 - Lebih dari 3 kali dalam setahun
7. Alasan anda berbelanja di Filoshop Area?
- Harganya murah
 - Produknya lengkap dan berkualitas
 - Tokonya bersih dan tertata rapi
 - Bergengsi
 - Lainnya (Sebutkan)

PETUNJUK PENGISIAN

Di bawah ini terdapat sejumlah pernyataan. Baca dan pahamiilah setiap pernyataan dengan seksama, kemudia berikan respon saudara dengan cara memberikan tanda silang (X) atau contreng (√) pada kolom yang telah tersedia dengan satu pilihan jawaban.

Keterangan:

- | | |
|-------------------------------|---|
| a. Sangat Setuju (SS): | 5 |
| b. Setuju (S): | 4 |
| c. Netral (N): | 3 |
| d. Tidak Setuju (TS): | 2 |
| e. Sangat Tidak Setuju (STS): | 1 |

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
E.1	Papan nama Filoshop Area terlihat dengan jelas					
E.2	Pintu masuk toko luas, sehingga memudahkan akses masuk kedalam toko					
E.3	Desain bangunan luar toko membuat kesan menarik					
E.4	Filoshop Area memiliki fasilitas tempat parkir yang aman dan nyaman					
E.5	Penempatan produk atau <i>display</i> produk yang tampak dari luar menarik perhatian saya					

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
G.1	Letak meja kasir strategis, sehingga mudah ditemukan dan tidak berdesakan pada waktu pembayaran					
G.2	Sistem pencahayaan dalam ruangan memberikan ketenangan dan suasana nyaman waktu berbelanja					
G.3	Musik yang pas, aroma dan suhu ruangan yang sejuk, membuat saya merasa nyaman saat berbelanja					
G.4	Filoshop Area memiliki ruangan yang bersih					
G.5	Barang diatur berdasarkan klasifikasi jenisnya, sehingga saya mudah menemukan barang yang diinginkan					

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
S.1	Lebar jalan atau lorong membuat saya nyaman untuk berpindah tempat					
S.2	Sistem pengelompokan barang di toko, disusun secara sistematis					
S.3	Sistem penempatan barang di tata dengan rapi					
S.4	Jalan atau lorong menuju kasir memudahkan saya untuk menuju kasir					
S.5	Jalan atau lorong dari kasir hingga keluar toko memudahkan saya untuk keluar toko					

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
I.1	Pemasangan tanda petunjuk produk ditoko mempermudah saya dalam mencari produk yang saya inginkan					
I.2	Pemasangan tanda produk diskon mempermudah saya dalam mencari produk yang sedang didiskon					
I.3	Variasi warna dinding merupakan kombinasi yang menarik					
I.4	Tema ruangan (seperti tema-tema hari raya) yang ada didesain menarik perhatian saya					
I.5	Tanda petunjuk lokasi ditoko mempermudah saya dalam mencari lokasi yang saya inginkan					

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
P.1	Pegawai toko melayani konsumen dengan ramah dan sopan					
P.2	Pegawai berpenampilan rapi dan menarik sehingga menambah kenyamanan					
P.3	Pegawai toko memudahkan saya dalam menemukan barang yang saya inginkan					
P.4	Pegawai toko berpenampilan sesuai dengan tema toko sehingga menarik perhatian					
P.5	Filoshop Area menanggapi keluhan saya dengan cepat dan baik					

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
K.1	Saya memutuskan membeli di Filoshop Area sesuai dengan kebutuhan saya					
K.2	Saya memperoleh informasi tentang Filoshop Area dari keluarga, teman, atau orang lain					
K.3	Menurut saya Filoshop Area sebagai tempat yang tepat untuk berbelanja fashion					
K.4	Saya membutuhkan waktu yang relatif singkat untuk memutuskan membeli di Filoshop Area					
K.5	Jika membutuhkan produk lagi, saya akan membeli di Filoshop Area					

Data Variabel

E1	E2	E3	E4	E5	G1	G2	G3	G4	G5	S1	S2	S3	S4	S5
5	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4
5	4	5	4	3	4	3	5	5	4	4	4	5	5	5
4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4
5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4
5	4	5	4	4	4	4	5	5	3	4	3	5	4	4
4	3	4	3	3	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5
5	5	5	4	3	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5
5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	3	4	3	5	5	4	4	4	5	5	5
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4
5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
5	3	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	3
4	3	4	3	3	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5
5	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4
5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4
5	4	4	5	5	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	3	4	3	5	5	4	4	4	5	5	5
5	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	5	5	3	5	5	5	5	3	4	4	4

5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5
5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5
5	4	4	4	5	4	4	4	3	3	5	5	5	4	5
5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	3	5	5	5
5	5	5	3	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5
4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	3
4	3	4	3	3	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3
5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	4	4	4	5
5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5
5	4	5	4	4	4	4	5	5	3	4	3	5	4	4
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4
4	3	4	3	3	3	3	3	5	4	3	3	4	3	3
5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4
5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5
5	4	4	4	3	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4
5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4
5	4	5	4	4	4	4	5	5	3	4	3	5	4	4
4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4
5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4
5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5
5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4
5	4	5	4	5	4	4	5	5	3	4	3	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5
4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4
5	3	4	3	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4
5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4
5	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5
5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4
5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4
5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4
5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5

I1	I2	I3	I4	I5	P1	P2	P3	P4	P5	K1	K2	K3	K4	K5
3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	5	4	3	4
4	3	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	3	3
4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3
4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4
4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5
4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4
5	4	5	3	5	5	4	4	4	3	3	5	4	3	4
4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3
5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4

4	3	4	3	4	5	4	4	3	3	3	4	4	3	4
5	4	4	4	5	4	5	5	3	3	5	5	5	4	5
4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	5	5	4	4
3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	2	4	3	2	3
4	3	5	4	4	5	4	4	4	3	3	5	5	3	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	2	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
5	3	4	3	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	4
5	4	5	3	5	5	4	4	4	3	3	5	4	3	4
4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5
4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4
5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5
4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4
5	4	4	4	5	4	5	5	3	3	5	5	5	4	5
3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	5	4	3	4
4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5
5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	3	4
4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4
4	4	5	5	5	4	4	4	3	3	4	5	4	3	4
4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	3
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4
5	4	5	3	5	5	4	4	4	3	3	5	4	3	4
3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	5	4	3	4
4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	2	5
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	2	5
5	3	4	3	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	4
3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	5	4	3	4
4	3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	3
4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	3
4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4
4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3
4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5
5	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4
5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	5	5	4	4
5	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	5	4	3	4
4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	3	4	4	3	4
4	3	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	2	4

4	3	4	3	4	5	4	4	3	3	3	4	4	3	4
4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4
3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	5	4	2	3
4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4
5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4
4	3	5	3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5
4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4
5	3	5	4	4	4	5	5	5	4	3	5	5	3	4
4	3	4	3	4	5	4	4	3	3	3	4	4	3	4
5	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2	5	4	3	3
3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	5	4	3	4
4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	3	4
4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4
5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5
5	4	5	3	5	4	4	4	5	4	3	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	2	5
5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	3	4
4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4
4	3	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4
5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4
4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5
5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4
4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
5	3	5	5	5	4	5	5	5	4	3	5	4	3	4
5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4
3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	5	4	3	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	2	5
5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5
5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5
4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4

5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	3	3
5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4
4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4
4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5
5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4
4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4
4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5
5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5



SURAT KETERANGAN

Pimpinan Filoshop Area Yogyakarta menerangkan bahwa :

Nama : Phitawa Agung Nugroho
NIM : 10390001
Jurusan : Manajemen Keuangan Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Telah mengadakan penelitian pada Toko kami untuk keperluan skripsi yang berjudul **“PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA FILOSHOP AREA”**

Demikian surat keterangan ini diberikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 1 Mei 2018
Pimpinan Filoshop Area

FILOSHOP.

Rovi Wijanarko, S.EI

Curriculum Vitae

Data Pribadi

Nama : Phitawa Agung Nugroho

Tempat, Tanggal Lahir : Sleman, 13 Juli 1991

Jenis Kelamin : Laki- Laki

Agama : Islam

Alamat : Ngemplak Karangjati, Sinduadi, Mlati, Sleman, Yogyakarta

Contact Person : 08157926661

E-mail : phitawaagung@gmail.com

Pendidikan Formal

1995-1997 : TK Darma Bakti Karangjati

1997-2004 : SD Muhammadiyah Blunyah Gede

2004-2007 : SMP N 1 Gamping

2007-2010 : MAN Yogyakarta III

2010-2018 : Prodi Manajemen Keuangan Syari'ah, UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta