

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO BUKU
GRAMEDIA BOTANI SQUARE**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR
SARJANA MANAJEMEN**

OLEH :

KINTAN RAMADHANI

NPM S1-0218168



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

2023

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : *PENGARUH STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
TOKO BUKU GRAMEDIA BOTANI SQUARE

OLEH : KINTAN RAMADHANI

NPM : S1-0218.168

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

(Sumardjono, S.E., M.M)

(Indar Khaerunnisa, S.E., M.Ak)

PENGUJI I

PENGUJI II

(Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M)

(Vera Clara S., S.Sos., M.M)

REKTOR
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA

(Dr. Ismulyana Djan, SE., M.M)

KATA PENGANTAR

Puji syukur mari kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya atas limpahan nikmat sehat-Nya baik jasmani maupun rohani, sehingga peneliti mampu menyelesaikan yang skripsi berjudul **“PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO BUKU GRAMEDIA BOTANI SQUARE”**.

Skripsi ini disusun untuk memberikan tambahan wawasan tentang lingkup *store atmosphere*, lingkup kualitas pelayanan serta lingkup keputusan pembelian. Peneliti tentu menyadari bahwa banyak kekurangan dalam penulisannya, hal ini tercermin dalam masih jauhnya dari kata sempurna dan masih banyak terdapat kesalahan serta kekurangan didalamnya

Ucapan terimakasih peneliti haturkan kepada pihak-pihak yang langsung maupun tidak langsung telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penulisan. Terutama kepada :

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, S.E., M.Ak selaku Wakil Rektor I, Bapak Dedy Mulyadi, S.Si.,M.Kom selaku Wakil Rektor II dan Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Bapak Sumardjono, S.E., M.M sebagai Dosen Pembimbing I

4. Ibu Indar Khaerunnisa, S.E., M.Ak sebagai Dosen Pembimbing II
5. Untuk Kedua Orang Tua, Kakak serta Adik-adik yang mendoakan agar anak, adik atau kakaknya lulus S1 segera.
6. Untuk teman-teman Gramedia Botani Square Bogor
7. Untuk teman-teman B1 yang sama-sama berjuang dalam penyusunan skripsi dan menjadi dosen pembimbing ke 3 bagi saya.
8. Untuk Ayang, Firda, Vina, Jihan, Naput, Ati, Sipa, Sasa, Daus, Jipo, Syafa (para sahabat tercinta), dan pemilik NPM S1-0219239 yang sudah mendukung dan selalu memberikan semangat motivasi dan tidak bosan bosannya mendengar keluh kesah saya selama dalam menyusun skripsi ini.
9. Kepada Mas Kai dan drakor yang juga menghibur, dan kepada semua pihak yang telah banyak memberikan bantuannya kepada peneliti.
10. Terakhir saya ucapkan rasa syukur dan terima kasih yang teramat dalam kepada diri saya sendiri. *I'm thankful for my struggle because without it i wouldn't have strumbled across my strength. I have many things to be grateful for. I'm healthy, happy and I'm loved.* Peneliti hanya mampu mendoakan kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga Allah SWT membalas kebaikan semuanya. Aamiin yarrabbal alaamiin.

Bogor, Januari 2023

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Batasan Masalah.....	13
D. Rumusan Masalah	14
E. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	14
F. Sistematika Penelitian	15
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. <i>Store Atmosphere</i>	16
B. Kualitas Pelayanan	21
C. Keputusan Pembelian.....	25
D. Penelitian Terdahulu	30
E. Kerangka Penelitian	34
F. Hipotesis.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian	39
B. Metode Penelitian.....	39
C. Variabel dan Pengukurannya	40
D. Populasi dan Sampel Penelitian	42
E. Metode Pengumpulan Data	44
F. Instrumen Penelitian.....	47
G. Teknik Analisis Data.....	49

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum	62
B. Karakteristik Responden	63
C. Teknik Analisis Data.....	68
D. Uji Asumsi Klasik.....	73
E. Analisis Deskriptif	78
F. Analisis Regresi Linier Berganda	88
G. Analisis Korelasi	89
H. Uji Hipotesis	90
I. Analisis Koefisiensi Determinasi (R^2)	93
J. Pembahasan.....	94

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 102**DAFTAR PUSTAKA 106****LAMPIRAN..... 109**

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Penjualan Gramedia Botani Square Tahun 2019-2021	6
Tabel 2 Hasil Pra-Survey	7
Tabel 3 Hasil Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 4 Operasional Variabel	41
Tabel 5 Skala Likert	46
Tabel 6 Kategori Rentang Skala	47
Tabel 7 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	57
Tabel 8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Store Atmosphere</i>	68
Tabel 9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	69
Tabel 10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	70
Tabel 11 Hasil Uji Realibilitas Variabel <i>Store Atmosphere</i>	71
Tabel 12 Hasil Uji Realibilitas Variabel Kualitas Pelayanan	72
Tabel 13 Hasil Uji Realibilitas Variabel Keputusan Pembelian	72
Tabel 14 Hasil Uji Normalitas	73
Tabel 15 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	74
Tabel 16 Hasil Uji Multikolinieritas	75

Tabel 17 Hasil Uji Linieritas Variabel X_1 terhadap Y	77
Tabel 18 Hasil Uji Linieritas Variabel X_2 terhadap Y	78
Tabel 19 Indeks Jawaban Responden	79
Tabel 20 Hasil Analisis Uji Statistik Deskriptif.....	80
Tabel 21 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Sore Atmosphere</i>	81
Tabel 22 Distirbusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan.....	83
Tabel 23 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	86
Tabel 24 Hasil Uji Analisis Linear Berganda	88
Tabel 25 Hasil Uji Analisis Korelasi	89
Tabel 26 Hasil Uji t (Uji Parsial)	91
Tabel 27 Hasil Uji F (Uji Simultan)	93
Tabel 28 Hasil Uji Analisis Koefisiensi Determinasi	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Pengunjung Gramedia Botani Square Tahun 2019-2021	4
Gambar 2 Data Penjualan Gramedia Botani Square Tahun 2019-2021	6
Gambar 3 Kerangka Berfikir.....	35
Gambar 4 Jenis Kelamin Responden	64
Gambar 5 Usia Responden.....	65
Gambar 6 Pendidikan Responden	66
Gambar 7 Pendapatan Responden.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	109
Lampiran 2 Data Internal Toko Buku Gramedia Botani Square	115
Lampiran 3 Tabulasi Mentah 385 Responden	116
Lampiran 4 Klasifikasi Responden	137
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas	138
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	142
Lampiran 7 Hasil Uji Statistik Deskriptif	145
Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	145
Lampiran 9 Hasil Uji Analisis Korelasi	145
Lampiran 10 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	146
Lampiran 11 Hasil Uji Simultan (Uji F)	146
Lampiran 12 Hasil Analisis Koefisiensi Determinasi.....	146
Lampiran 13 Tabel r Uji Validitas	147
Lampiran 14 Tabel t Hitung.....	148
Lampiran 15 Tabel F hitung.....	149
Lampiran 16 Lembar Perbaikan Sidang.....	150

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Saat ini, pasar bisnis serta segala jenis usaha di Indonesia mengalami metamorfosa seiring dengan berkembangnya laju perekonomiannya, perubahan teknologi, dan cepatnya arus informasi. Hal tersebut menjadi salah satu faktor eksternal yang mendorong terciptanya persaingan ketat dalam dunia bisnis. Pasar yang semakin dinamis memaksa para pelaku bisnis untuk terus berimprovisasi dan melakukan inovasi untuk menambah serta mempertahankan pelanggannya. (M. Furqon, 2018:1)

Inovasi dan improvisasi sudah banyak dilakukan oleh para pengusaha. Pemilihan tempat berbisnis juga menjadi salah satu strategi yang digunakan bagi pelaku bisnis. Bogor merupakan salah satu kota yang berpotensi bagi para pelaku bisnis untuk melancarkan suatu bentuk usaha. Karena seperti yang diketahui, Bogor merupakan salah satu kota yang banyak dikunjungi oleh para wisatawan, baik domestic maupun mancanegara.

Berdasarkan catatan yang dimiliki Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Kota Bogor, diketahui terjadi lonjakan jumlah wisatawan yang berkunjung selama tahun 2019 lalu. Kenaikannya bahkan cukup signifikan sama seperti tahun-tahun sebelumnya. Jumlah wisatawan yang telah berkunjung selama tahun 2019 total sebanyak 9.160.885 orang. Kondisi tersebut menjadi penyebab berkembangnya persaingan industri retail di Kota Bogor, salah satunya toko buku.

Buku menjadi sumber ilmu pengetahuan yang paling mudah didapatkan. Kegiatan membaca buku menjadi kegiatan wajib baik insan pendidikan (siswa, pengajar, peneliti, praktisi) maupun masyarakat umum. Konsumsi akan pentingnya buku, mendorong bisnis turunannya menjadi usaha yang menjanjikan. Bisnis yang berfokus pada penjualan buku menjadi hal yang mudah ditemui, baik di kota-kota besar maupun kota-kota kecil sekalipun.

Bogor merupakan kota dengan jumlah sekolah dan perguruan tinggi yang banyak, sehingga kehadiran toko buku di Kota Hujan ini sangat cocok dengan kebutuhan siswa atau mahasiswa yang notabene sebagai pelajar. Terdapat sejumlah pilihan toko buku mulai dari yang menjual buku masih baru sampai buku yang bekas yang tersedia di Kota Bogor. Dengan demikian, kondisi persaingan yang dihadapi sebuah toko buku tidak hanya dengan toko buku yang menjual buku-buku terbitan baru namun juga dengan toko buku bekas.

Toko buku di Kota Bogor sudah bisa ditemukan di berbagai wilayah kota maupun kabupaten. Saat ini buku sudah menjadi barang sekunder karena kehadirannya banyak memberikan manfaat dan dapat merubah gaya hidup seseorang. Maka tidak heran jika toko buku menjadi tempat yang banyak dikunjungi baik saat hari kerja maupun hari libur.

Dengan berkembangnya dunia ekonomi saat ini khususnya toko-toko penjualan buku yang begitu menjamur maka persaingan terhadap bisnis ini tidak terhindarkan dan semakin ketat. Supaya dapat berhasil, suatu perusahaan harus mempunyai suatu keunggulan yang kompetitif atau sifat unik yang dapat

membuat produknya lebih diminati dari pada produk pesaingnya. (Ester Y. Bulele, 2016:1)

Gramedia adalah toko buku terbesar di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya cabang Gramedia yang tersebar di berbagai provinsi besar di Indonesia. Hingga tahun 2022 ini, tercatat sudah ada 47 cabang Gramedia yang tersebar dari Aceh hingga Nusa Tenggara Barat. Maka tidak heran jika Gramedia menjadi toko buku tersebar yang ada di Indonesia.

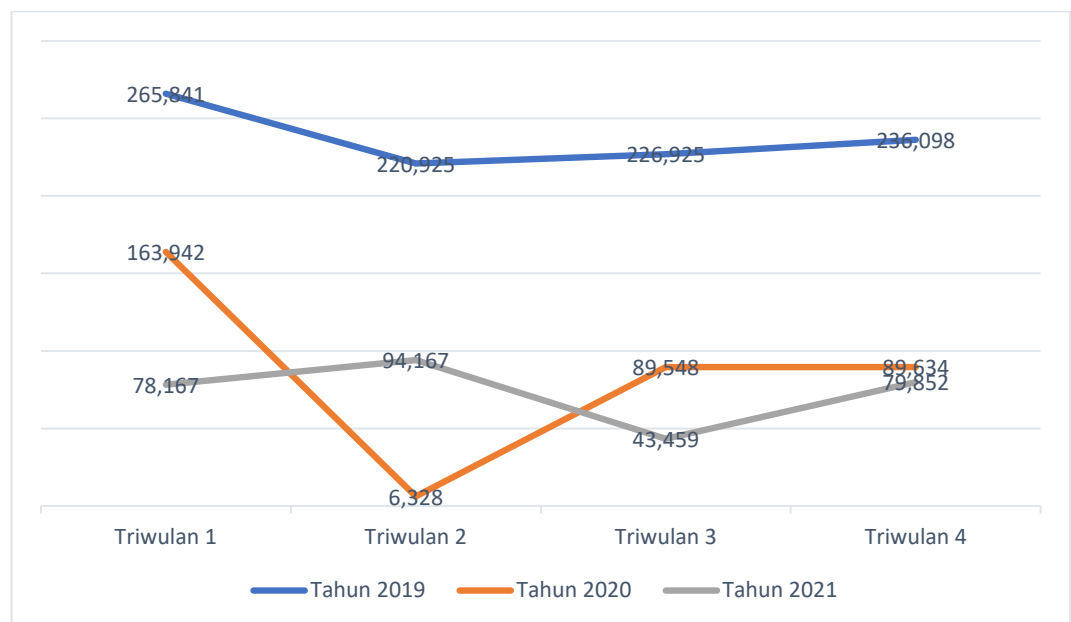
Anak perusahaan dari Kompas Gramedia ini telah menyediakan jaringan toko buku di Indonesia. Didirikan pada tanggal 2 Februari 1970. Toko buku ini berawal dari toko buku kecil berukuran 25 meter persegi di daerah Jakarta Barat. Tercatat pada tahun 2022, toko buku ini berkembang menjadi 47 toko besar. PT. Gramedia Asri Media atau Toko Gramedia adalah salah satu Strategic Business Unit (SBU) kelompok Kompas Gramedia yang bergerak di bisnis retail dengan produk utama buku dan alat-alat tulis. Hal ini berkaitan dengan misi untuk ikut berperan dalam usaha mencerdaskan dan mencerahkan kehidupan anak bangsa melalui penyebaran informasi dan pengetahuan. Hingga 2020, Gramedia telah memiliki store yang tersebar di seluruh Indonesia bahkan Malaysia. (Christopher Tanuwijay, Hendy Tannady, 2019:1).

Gramedia Botani Square merupakan salah satu cabang Toko Buku Gramedia. Menjadi salah satu toko buku favorit, terpercaya dan terupdate yang ada di Kota Bogor. Gramedia Botani Square berhasil memosisikan dirinya tidak hanya sebagai toko buku, akan tetapi juga sebagai tujuan wisata dan menikmati suasana toko sambil membaca buku. Gramedia Botani Square menyuguhkan

konsep toko buku yang sangat nyaman untuk dikunjungi, membuat konsumen ingin berlama-lama di dalam toko dan kemudian memutuskan pembeliannya dengan berbagai pertimbangan.

Keputusan pembelian yang terjadi tentu akan mempengaruhi pendapatan suatu perusahaan. Inilah yang menjadi fokus utama Gramedia Botani Square untuk menciptakan suatu inovasi agar terus mempertahankan kualitas perusahaan. Namun selama 2 tahun terakhir, Gramedia Botani Square mengalami penurunan jumlah pengunjung yang menyebabkan keputusan pembeliannya juga menurun.

Hal tersebut dapat dikuatkan dengan data kunjungan customer yang ada di Gramedia Botani Square. Berikut merupakan gambar grafik data pengunjung di Gramedia Botani Square, sebagai berikut :



Sumber : Gramedia Botani Square, tahun 2019-2021

Gambar 1

Data Pengunjung Gramedia Botani Square tahun 2019 – 2021

Dalam Satuan Pengunjung

Berdasarkan gambar grafik di atas dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2019 Gramedia Botani Square memiliki jumlah pengunjung yang lebih besar daripada tahun 2020 dan 2021. Pada tahun 2020 triwulan 2, Gramedia Botani Square mengalami dampak dari pandemi yang menyebabkan aktivitas toko tidak maksimal. Penutupan serentak untuk mall dilakukan selama hampir 3 bulan (terhitung dari awal bulan April hingga pertengahan bulan Juni), menyebabkan tidak adanya aktivitas di dalam toko. Tapi di tahun 2020 triwulan ke 3, Gramedia Botani Square dapat mengembalikan pengunjung ke jumlah yang lebih besar.

Pada tahun 2021 tepatnya di triwulan ke 3, Gramedia Botani Square memiliki jumlah yang paling rendah di tahun tersebut. Perolehan akhir di tahun 2021 juga tidak lebih besar dari tahun 2020. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara 2 tahun berturut-turut Gramedia Botani Square Bogor mengalami penurunan jumlah pengunjung yang signifikan.

Penurunan data pengunjung ini tentu saja berdampak juga pada penjualan di Gramedia Botani Square. Jika pengunjung yang datang tidak maksimal, maka kemungkinan besar juga penjualan akan mengalami penurunan. Pada tahun 2021 Gramedia Botani Square mengalami penurunan penjualan yang cukup drastis bila dibandingkan dengan tahun 2019. Penurunan penjualan Gramedia Botani Square dapat dilihat melalui tabel di bawah.

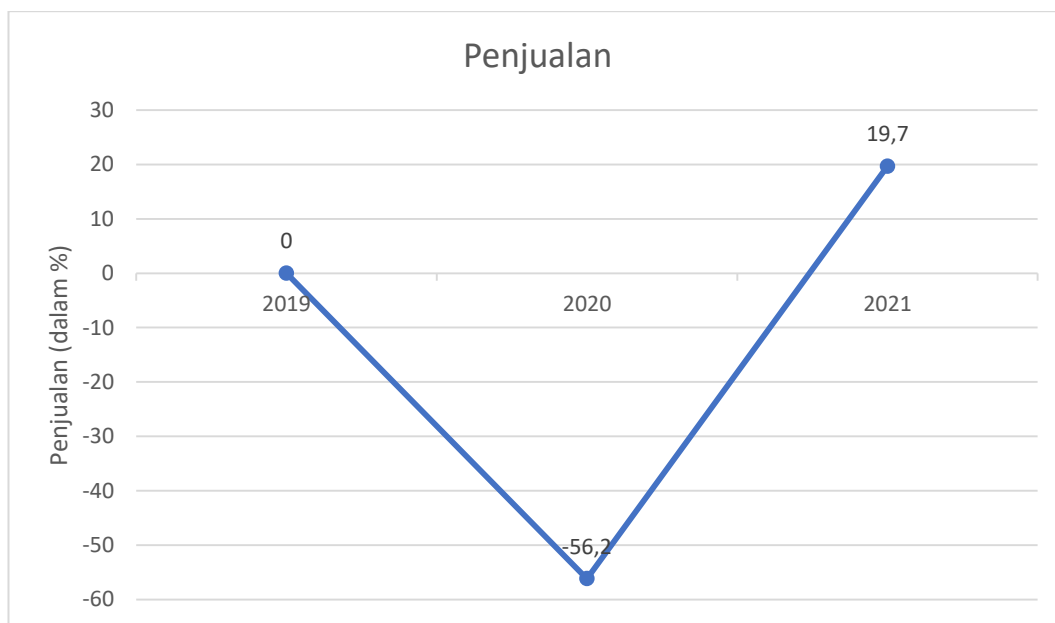
Tabel 1

Data Penjualan Gramedia Botani Square Tahun 2019-2021

Tahun	Penjualan (Rp.)	Peningkatan (%)
2019	57.267.752.344	-
2020	25.079.996.815	-56,2
2021	30.038.781.253	19,77

Sumber : Gramedia Botani Square, tahun 2019-2021

Dari data diatas dapat dilihat bentuk grafik penurunan penjualan seperti di bawah ini :



Sumber : Gramedia Botani Square, tahun 2019-2021

Gambar 2

Data Penjualan Gramedia Botani Square Tahun 2019-2021

Berdasarkan tabel data penjualan di atas dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2019 Gramedia Botani Square memiliki jumlah penjualan yang lebih besar daripada tahun 2020 dan 2021. Pada tahun 2020, penjualan di Gramedia Botani Square mengalami yang mana persentasenya cukup jauh yaitu sekitar 56% atau sekitar Rp. 32.182.755.529, ini merupakan tahun yang sangat berat bagi Gramedia Botani Square. Pandemi yang terjadi selama 2 tahun di Indonesia, yang puncaknya ada di Tahun 2020 bulan April-Juni, membuat penjualan di semua perusahaan mengalami penurunan, ini menjadi tahun terburuk bagi pelaku bisnis. Pada tahun 2021, kenaikan penjualan terjadi walau hanya sekitar 5 miliar bila dibandingkan dengan tahun 2020, namun jika dibandingkan dengan tahun 2019, jumlah penjualan ini juga mengalami penurunan sekitar 48%.

Penurunan penjualan yang terjadi di Gramedia Botani Square bisa saja disebabkan oleh beberapa faktor. Selain itu, kualitas pelayanan di Gramedia Botani Square juga menjadi faktor lain yang membuat tingkat penjualan cenderung menurun. Berikut merupakan hasil pra-survei mengenai *store atmosphere* dan kualitas pelayanan di Gramedia Botani Square, dengan responden sebanyak 16 :

Tabel 2

Hasil Pra-Survei Terhadap Konsumen Gramedia Botani Square

No.	Pertanyaan	Hasil
1.	Bagaimanakah penerangan di Gramedia Botani Square?	Sebanyak 12,5% responden memilih bahwa penerangan di Gramedia Botani Square kurang baik, 37,5%

		memilih cukup baik, 43,8% responden memilih baik, dan 6,2% responden memilih sangat baik.
2.	Bagaimanakah tata letak ruang di Gramedia Botani Square?	Sebanyak 25% responden memilih bahwa tata letak di Gramedia Botani Square kurang baik, 31,3% responden memilih cukup baik, 31,3% responden memilih baik dan 12,5% responden memilih sangat baik.
3.	Bagaimanakah kebersihan di Gramedia Botani Square?	Sebanyak 12,5% responden memilih bahwa kebersihan di Gramedia Botani Square kurang baik, 37,5% responden memilih cukup baik, 25% responden memilih baik dan 25% responden memilih sangat baik.
4.	Bagaimanakah koleksi buku di Gramedia Botani Square?	Sebanyak 6,1% responden memilih bahwa koleksi buku di Gramedia Botani Square kurang baik, 31,3% responden memilih kurang baik, 43,8% responden memilih baik dan 18,8% responden memilih sangat baik.
5.	Bagaimanakah informasi penyediaan buku kembali di	Sebanyak 6,1% responden memilih bahwa informasi penyediaan buku

	Gramedia Botani Square?	kembali di Gramedia Botani Square kurang baik, 31,3% responden memilih cukup baik, 31,3% responden memilih baik dan 31,3% sudah sangat baik.
6.	Bagaimanakah sistem pencarian buku di Gramedia Botani Square?	Sebanyak 18,8% responden memilih bahwa sistem pencarian buku di Gramedia Botani Square kurang baik, 43,8% responden memilih cukup baik, 25% responden memilih baik dan 12,5% responden memilih sangat baik.
7.	Bagaimanakah kualitas pelayanan di Gramedia Botani Square?	Sebanyak 31,3% responden memilih bahwa kualitas pelayanan di Gramedia Botani Square kurang baik, 25% responden memilih cukup baik, 31,3% responden memilih baik dan 12,5% memilih sangat baik.

Sumber : Pra-survei terhadap 16 responden melalui googleform

Selain itu, wawancara terhadap 5 konsumen juga dilakukan oleh peneliti guna mengetahui permasalahan lain yang dihadapi oleh konsumen di Gramedia Botani Square. Dari wawancara tersebut peneliti dapat mengetahui beberapa masalah lain yang ada di Gramedia Botani Square. Karyawan yang bekerja di Gramedia Botani Square tidak mengetahui letak stok buku lain yang bukan tanggung jawabnya. Selain itu beberapa buku yang terlepas dari bungkus

wrapping, membuat kualitas buku menurun karna menjadi kusut bahkan rusak. Sistem pencarian yang rumit karna memiliki banyak menu juga membuat konsumen kebingungan menggunakannya apalagi bila baru menggunakannya. Hasil wawancara juga menyebutkan bahwa harga barang di toko lebih mahal bila dibandingkan dengan harga di toko online, serta fasilitas seperti kursi atau tempat penitipan barang yang tidak memadai.

Perubahan *layout* yang terjadi di Gramedia Botani Square pada tahun 2021 menjadi salah satu faktor penyebab kurangnya minat konsumen untuk berkunjung dan melakukan transaksi, karena perubahan *layout* membuat suasana toko menjadi lebih berantakan, konsumen menjadi sungkan untuk berkunjung. Hal ini dibuktikan dengan penurunan jumlah pengunjung dan penurunan sales yang terjadi ditahun tersebut (bukti dalam tabel yang tertera di atas). Buku yang tidak sesuai kategori membuat konsumen kesulitan untuk mencari keberadaannya. Selain itu, banyak juga buku-buku yang hilang, atau mungkin terselip di antara buku-buku yang lain. Pencarian buku melalui sistem komputer pun jadi sedikit terganggu, karna fisiknya yang susah didapat. Hal ini dibuktikan dengan beberapa keluhan dan dibuktikan dengan para-survey yang dilakukan.

Kenyamanan konsumen juga terganggu oleh beberapa konsumen lain yang duduk sambil membaca buku dilantai. Karena beberapa dari mereka dapat menghalangi konsumen lain untuk lewat atau mengambil produk yang ada di dekat mereka. Hal tersebut menjadi masalah yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar petugas dapat memberikan arahan kepada konsumen untuk tidak duduk dilantai karena dapat mengganggu konsumen lain. Selain itu petugas juga

harus memberikan pengertian kepada konsumen agar tidak membuka plastik kemasan tanpa seizin petugas karena dapat menurunkan kualitas produk.

Salah satu usaha yang dilakukan agar kepercayaan terhadap produk Gramedia Botani Square memiliki kualitas baik, pihak manajemen membuat konten ulasan yang nantinya akan di share melalui akun social media milik Gramedia Botani Square. Mendatangkan seorang *influencer* juga untuk membantu mempromosikan produk yang tersedia di Gramedia Botani Square akan membuat konsumen percaya dan tertarik untuk melakukan pembelian kembali.

Mempertahankan konsumen dalam waktu yang lama juga dapat membuat konsumen menjadi loyal dan melakukan pembelian kembali. Jika perusahaan yang memiliki layanan superior biasanya akan dapat memaksimalkan performa pada pendapatan keuangannya. Dikarenakan biasanya kualitas pelayanan juga dapat memberikan kesan positif kepada konsumen yang mana biasanya konsumen akan secara sukarela mempromosikan produk dari perusahaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, serta menyadari akan pentingnya store atmosphere serta kualitas pelayanan bagi perusahaan, maka penulis tertarik untuk meneliti permasalahan yang ada di Gramedia Botani Square Bogor, yang kemudian akan dituangkan dalam penelitian berjudul **“PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO BUKU GRAMEDIA BOTANI SQUARE BOGOR”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis uraikan, permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Penurunan tingkat jumlah pengunjung yang cenderung ke arah fluktuasi pada tahun 2021
2. Adanya penurunan sales di Gramedia Botani Square pada tahun 2021.
3. Beberapa karyawan hanya mengetahui letak buku yang menjadi tanggung jawabnya saja, sedangkan di area lain yang bukan tanggung jawabnya, mereka tidak mengetahui letak buku tersebut.
4. Beberapa karyawan pergi meninggalkan area bersama, sehingga apabila konsumen ingin bertanya, tidak ada karyawan yang berjaga di area tersebut.
5. Beberapa karyawan tidak memahami produk *knowledge* dari suatu barang, sehingga jika konsumen bertanya, karyawan menjelaskan dengan terbata-bata membuat kosumen berfikir bahwa karyawan tidak memahami produknya.
6. Beberapa karyawan segan untuk menegur customer yang melakukan pembukaan plastik kemasan buku padahal hal tersebut dapat membuat kualitas buku menurun.
7. Beberapa karyawan menyimpan stok buku ditempat yang tidak diketahui oleh teman karyawan lainnya, sehingga membuat karyawan lain sulit untuk mencari produk jika sedang dibutuhkan.

8. Adanya perubahan tata letak secara besar-besaran membuat aktivitas toko terganggu dan *store atmosphere* di dalam toko terasa kurang nyaman.
9. *Store atmosphere* yang kurang nyaman meninggalkan kesan berantakan sehingga membuat konsumen segan untuk berkunjung
10. Fasilitas di Gramedia Botani Square yang masih kurang mendukung untuk mempermudah konsumen.
11. Sistem pencarian buku yang terkesan sulit membuat konsumen kebingungan mengoperasikannya.
12. Adanya perbandingan harga toko dengan *online shop*.

C. Batasan Masalah

Karena keterbatasan waktu, sumber informasi dan biaya, maka dalam penulisan skripsi ini, agar permasalahan yang terjadi tidak meluas dan lebih terarah maka penulis akan membatasi ruang lingkup penelitian yaitu variabel *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan objek penelitian pada Gramedia Botani Square, sesuai dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Gramedia Botani Square”.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang terjadi dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di Gramedia Botani Square?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Gramedia Botani Square?
3. Apakah terdapat pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Gramedia Botani Square?

E. Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat disimpulkan bahwa maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di Gramedia Botani Square.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Gramedia Botani Square.
3. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan digunakan untuk menyajikan secara garis besar isi dari setiap bab yang dapat menjadi gambaran umum dari materi yang akan dibahas dalam penulisan ini. Penelitian ini terbagi atas beberapa bab, antara lain sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini merupakan bagian yang menjelaskan teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang dibahas, terdiri dari kajian literatur mengenai pengertian variable X_1 (*store atmosphere*), indikator variable X_1 (*store atmosphere*), pengertian variable X_2 (kualitas pelayanan), perspektif kualitas pelayanan, indikator X_2 (kualitas pelayanan), pengertian variable Y (keputusan pembelian), dimensi keputusan pembelian, indikator Y (keputusan pembelian), penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisi informasi tentang waktu dan lokasi penelitian, metode penelitian, variable dan pengukurannya, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, instrument penelitian, teknik analisis data (uji validitas dan realibilitas instrumen, uji asumsi klasik, analisis korelasi berganda, analisis regresi linear ganda, uji hipotesis, uji koefisien determinasi).

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian yaitu pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Gramedia Botani Square.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan dari penelitian dan memberikan saran kepada perusahaan guna perbaikan di masa yang akan datang.