

**PENGARUH LOKASI, *STORE ATMOSPHERE* DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN DI INDOMARET FUDHOLI 2 CIKARANG**

***THE INFLUENCE OF LOCATION, STORE ATMOSPHERE,
AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER PURCHASE
INTENTIONS AT INDOMARET FUDHOLI 2 CIKARANG***

Diajukan oleh:

Putri Maulita Junianti
NIM 61201021008614

SKRIPSI



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI**

2025



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH LOKASI, *STORE ATMOSPHERE* DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN DI INDOMARET FUDHOLI 2 CIKARANG**

***THE INFLUENCE OF LOCATION, STORE ATMOSPHERE,
AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER PURCHASE
INTENTIONS AT INDOMARET FUDHOLI 2 CIKARANG***

Oleh:

Nama : Putri Maulita Junianti
NIM : 61201021008614

SKRIPSI

Telah disahkan dan disetujui pada:

Tempat : Depok

Tanggal : 29 Juni 2025

Dosen pembimbing

Ketua Jurusan Manajemen

Ina Sawitri, S.Si., MM.
NUPTK. 8353745646230073

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si
NUPTK: 7048743644130093

Mengetahui

Ketua

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S
NUPTK: 2017065701



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH LOKASI, *STORE ATMOSPHERE* DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN DI INDOMARET FUDHOLI 2 CIKARANG**

***THE INFLUENCE OF LOCATION, STORE ATMOSPHERE,
AND SERVICE QUALITY ONp CONSUMER PURCHASE
INTENTIONS AT INDOMARET FUDHOLI 2 CIKARANG***

Oleh:

Nama : Putri Maulita Junianti
NIM : 61201021008614

SKRIPSI

Telah diujikan pada:

Tempat : Depok
Tanggal : 15 Juli 2025

Ketua Penguji


Aldi Friyatna Dira, SE, MM
NUPTK: 3436770671130273

Anggota Penguji


Bambang Suntoro, SE, MM.
NUPTK. 8353745646230073

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen



Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si
NUPTK: 7048743644130093

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Putri Maulita Junianti
NIM : 61201021008614
Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi, *Store atmosphere* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Indomaret Fudholi 2 Cikarang.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil penelitian dan penulisan dari skripsi saya adalah murni hasil pemikiran saya yang dikuatkan dengan adanya cek plagiasi sesuai dengan aturan yang berlaku di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
2. Hasil Penelitian dan penulisan dari skripsi saya ini, dengan ini dialihkan hak nya kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk paten dan juga hal-hal yang berkaitan.
3. Penulisan hasil penelitian ini (skripsi) telah mengikuti kaidah-kaidah yang berlaku di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Apabila dikemudian hari, bahwa hasil penelitian ini dan penulisan skripsi ini mempunyai kesamaan atau terdapat unsur penjiplakan terhadap karya ilmiah orang lain, maka dengan ini saya siap menerima sanksi berupa:
 - a. Pencabutan gelar kesarjanaan saya yang telah saya terima.
 - b. Pencabutan ijasah saya sesuai dengan aturan atau undang-undang yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 29 Juni 2025



Putri Maulita Junianti

Nama Lengkap : Putri Maulita Junianti
NIM : 61201021008614
Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi, *Store atmosphere* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Indomaret Fudholi 2 Cikarang.

ABSTRAK

Seiring perkembangan zaman, pola perilaku belanja masyarakat mengalami pergeseran. Konsumen kini lebih memilih tempat berbelanja yang praktis, mudah diakses, nyaman, dan memiliki variasi produk yang lengkap. Perubahan preferensi ini mendorong pertumbuhan bisnis retail dan menciptakan persaingan yang semakin ketat di antara pelaku usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lokasi, *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di Indomaret Fudholi 2 Cikarang. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli (Sig. = 0,001), *store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan (Sig. = 0,530), dan kualitas pelayanan berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat beli (Sig. = 0,001). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,411 menunjukkan bahwa 41,1% variasi minat beli dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Hasil ini menegaskan pentingnya meningkatkan kualitas pelayanan dan mengevaluasi aspek lokasi untuk meningkatkan minat beli konsumen secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Lokasi, *Store atmosphere*, Kualitas Pelayanan, Minat Beli, Indomaret

Nama Lengkap : Putri Maulita Junianti
NIM : 61201021008614
Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi, *Store atmosphere* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Indomaret Fudholi 2 Cikarang.

ABSTRACT

Along with the progression of time, consumer shopping habits have shifted. People increasingly prefer shopping locations that are practical, accessible, comfortable, and offer a wide variety of products. This shift in consumer preferences has encouraged the expansion of retail businesses and heightened competition among retailers. This study aims to analyze the influence of location, store atmosphere, and service quality on consumer purchase intention at Indomaret Fudholi 2 Cikarang. A quantitative method was employed, utilizing multiple linear regression analysis. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents. The findings reveal that location has a negative and significant effect on purchase intention (Sig. = 0.001), store atmosphere has no significant effect (Sig. = 0.530), and service quality has a positive and significant effect (Sig. = 0.001). The coefficient of determination (R^2) value of 0.411 indicates that 41.1% of the variation in purchase intention is explained by the three independent variables. These results highlight the importance for Indomaret Fudholi 2 Cikarang to improve service quality and re-evaluate the location factor in order to sustainably enhance consumer purchase intention.

Keywords: Location, Store atmosphere, Service Quality, Purchase Intention, Indomaret

KATA PENGANTAR

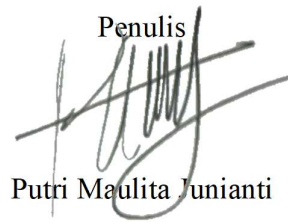
Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat membuat proposal ini dengan susunan yang baik dan sesuai waktu yang telah ditentukan. Tujuan dari proposal ini yakni disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan pertanggung jawaban dari memenuhi pencapaian kredit yang disyaratkan dalam menyelesaikan syarat keserjanaan pada jurusan. Dalam pembuatan laporan akhir ini, tak lupa penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu selama kegiatan. Ucapan terima kasih ini ditunjukkan kepada:

1. Bapak Mildy Rifa'i, SE., MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr Abdul Hamid, MS selaku Ketua STIE GICI Business School Bekasi yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Bapak Drs. Henky Hendrawan, MM, M. Si. selaku Ketua Bidang Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah berusaha memajukan Prodi Manajemen hingga saat ini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Ibu Ina Sawatri, S.Si., MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah sangat sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga selesai magang dan menyusun laporan akhir.
5. Ayahanda serta Ibunda tercinta yang selalu memberikan seluruh doa dan dukungannya.

Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca yang sifatnya membangun guna kesempurnaan laporan magang ini. Demikian laporan ini, mudah-mudahan dapat bermanfaat bagi kita semua. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih.

Bekasi, 10 Maret 2025

Penulis



Putri Maulita Junianti

61201021008614

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.5.1 Maksud Penelitian	7
1.5.2 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.7 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Manajemen	10
2.1.1 Pengertian Manajemen	10
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
2.2 Lokasi	13
2.2.1 Pengertian Lokasi	13
2.2.2 Indikator Lokasi.....	14
2.3 <i>Store atmosphere</i>	15

2.3.1 Pengertian <i>Store atmosphere</i>	15
2.3.2 Indikator <i>Store atmosphere</i>	15
2.4 Kualitas Pelayanan	16
2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	16
2.4.2 Etika Dalam Pelayanan	17
2.4.3 Indikator Kualitas Pelayanan	18
2.5 Minat Beli Konsumen	18
2.5.1 Indikator Minat Beli	19
2.6 Penelitian Terdahulu	20
2.7 Kerangka Konseptual	26
2.8 Hipotesis	28
BAB III <u>METODOLOGI PENELITIAN</u>	29
3.1 Desain Dan Jenis Penelitian	29
3.1.1 Desain Penelitian	29
3.1.2 Jenis Penelitian	30
3.2 Objek, Jadwal Dan Lokasi Penelitian	30
3.2.1 Objek Penelitian	30
3.2.2 Jadwal Penelitian	31
3.2.3 Lokasi Penelitian	31
3.3 Jenis Dan Sumber Data Penelitian	31
3.3.1 Data Primer	31
3.3.2 Data Sekunder	31
3.4 Populasi Dan Sampel	32
3.4.1 Populasi	32
3.4.2 Sampel	32
3.5 Operasional Variabel	33
3.5.1 Definisi Operasional Variabel	33
3.5.2 Variabel Independen (Variabel Bebas)	33
3.5.3 Variabel Terikat	36
3.6 Metode Pengumpulan Data	38
3.7 Metode Pengolahan / Analisis Data	38
3.7.1 Skala dan Angka Penafsiran	39

3.7.2 Persamaan Regresi.....	40
3.7.3 Uji Kualitas Data	41
3.7.3.1 Uji Validitas.....	41
3.7.3.2 Uji reliabilitas.....	41
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.7.5 Uji Hipotesis	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Hasil Penelitian.....	47
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Dan Responden Penelitian	47
4.1.2 Gambaran Umum Perusahaan	47
4.1.3 Deskripsi Karakteristik Responden	52
4.1.4 Uji Validitas Dan Reliabilitas	59
4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	63
4.2 Pembahasan Dan Interpretasi Hasil Penelitian.....	68
4.2.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	68
4.2.2 Intrepretasi Hasil Pembahasan.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Indomaret Fudholi 2 Tahun 2024.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	31
Tabel 3. 2 Variabel Penelitian.....	37
Tabel 3. 3 Interval Penelitian	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	50
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Atas Variabel Lokasi	52
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Atas Variabel Store Atmosphere.....	54
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Pelayanan.....	56
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Atas Variabel Minat Beli	58
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Atas Variabel Lokasi	60
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Atas Variabel Store Atmosphere	61
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Atas Variabel Kualitas Pelayanan	61
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Atas Variabel Minat Beli.....	62
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4. 11 Hasil Uji One-Sample Kolmagorov-Smirnov	65
Tabel 4. 12 Hasil Uji Miltikoleniaritas.....	67
Tabel 4. 13 Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda.....	68
Tabel 4. 14 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	70
Tabel 4. 15 Koefisien Determinasi.....	71
Tabel 4. 16 Hasil Uji T (Uji Parsial)	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Indomaret Fudholi 2 Tahun 2023 dan 2024	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	27
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	29
Gambar 4. 1 Tampak Depan Toko Indomaret Fudholi 2 Cikarang	48
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas.....	64
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heterokadastisitas	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian.....	81
Lampiran 2 Hasil Cek Plagiasi.....	86
Lampiran 3 Hasil Output SPSS.....	87
Lampiran 4 Tabulasi Data	95
Lampiran 5 Tabel Uji r, Uji T, Uji F.....	98
Lampiran 6 Surat Persetujuan Observasi	100
Lampiran 7 Foto Dokumentasi.....	102
Lampiran 8 Kartu Bimbingan	103
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup.....	104

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, keberadaan bisnis ritel terus mengalami berbagai fase perubahan dan adaptasi untuk tetap relevan di pasar yang semakin dinamis dan kompetitif, keberadaan bisnis ritel dimasyarakat kian dibutuhkan dan di anggap sangat penting, masyarakat semakin pintar dalam memilih tempat berbelanja. Kebiasaan belanja masyarakat mulai tergeser dengan berbelanja di pasar ritel karena di anggap lebih praktis dan cepat. Selain itu masyarakat merasa berbelanja secara aman, lokasi yang mudah ditemui, variasi barang yang lengkap, dan suasana tempat yang nyaman. Oleh karena itu adanya perubahan kebiasaan belanja masyarakat saat ini menjadikan penyebab meluasnya bisnis ritel sehingga terciptanya persaingan yang begitu ketat.

Bentuk usaha ritel yang mengalami perkembangan dapat dilihat melalui berbagai fase, salah satunya minimarket. Minimarket sendiri adalah toko ritel yang menyediakan barang-barang untuk keperluan sehari-hari dengan ukuran toko yang lumayan sederhana dibandingkan dengan supermarket atau hypermarket. Biasanya minimarket berlokasi di area perumahan, perkantoran, atau tempat strategis lainnya yang mudah ditemukan oleh konsumen.

Salah satu di antara jaringan minimarket terbesar di Indonesia merupakan PT. Indomarco Prismatama dengan brand pasarnya yaitu Indomaret, mendirikan toko pertamanya pada tahun 1988 di Ancol, Jakarta Utara. Sejak itu, Indomaret telah berkembang pesat sebagai salah satu minimarket terkemuka di Indonesia. Indomaret Fudholi 2 Cikarang sendiri menawarkan beragam produk untuk keperluan sehari-hari, seperti makanan,

minuman, dan obat-obatan, produk kecantikan dan produk untuk perlengkapan rumah tangga. Seiring berjalanya waktu disertai perkembangan yang ada Indomaret memperkenalkan i-Kios untuk memfasilitasi transaksi online sehingga mempermudah pelanggan dalam isi ulang *voucher handphone*, pesan tiket penerbangan, *booking* tiket kereta api serta berbagai kebutuhan lainya yang bisa dilakukan di i-Kios. Selain itu Indomaret juga menyediakan makanan siap saji yang bisa dimakan langsung seperti *Say Bread*, bakpao, siomay, donat, sosis panggang dan lainya disertai dengan minuman panas dan dingin. Tagline Indomaret yaitu “mudah dan hemat” serta menghadirkan mascot yang di juluki “si domar”. Hingga saat ini Indomaret sukses mengembangkan jaringan ritelnya keseluruh wilayah di Indonesia, termasuk diwilayah Cikarang. Minimarket ini terus berupaya meningkatkan daya tarik pembeli dan mempertahankan penjualan melalui berbagai strategi. Tidak bisa di pungkiri keberadaan Indomaret sangat membantu masyarakat dalam mendapatkan berbagai produk kebutuhan sehari-hari yang mereka butuhkan. Namun ada beberapa faktor penting yang perlu diperhatikan yaitu, lokasi, *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan. Ketiga nya sangat berpengaruh terhadap meningkatnya minat beli di Indomaret.

Lokasi adalah salah satu faktor penentu aksesibilitas dan kenyamanan konsumen dalam mengunjungi Indomaret. Lokasi yang strategis, mudah diakses dan berdekatan dengan pemukiman serta tempat kerja konsumen akan meningkatkan frekuensi kunjungan dan minat beli mereka. Termasuk pada Indomaret Fudholi 2 Cikarang. Akan tetapi melalui hasil dari survei langsung lokasi dari Indomaret ini berada diwilayah yang kurang strategis yaitu perada di perkampungan sehingga meskipun terlihat cukup ramai tetapi konsumen yang datang terbatas. Selain itu dekat juga dengan minimarket lain hal ini menjadikan Indomaret Fudholi 2 Cikarang harus dapat bersaing secara kompetitif dengan berbagai strategi.

Selain itu, *store atmosphere* atau suasana toko juga berperan penting dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan pada

konsumen. *Atmosphere* toko mencakup pencahayaan, kebersihan, tata letak, dan dekorasi yang mempengaruhi perasaan dan perilaku konsumen. *Store atmosphere* yang optimal dan menyenangkan dapat memberikan rasa nyaman dan kesan yang mendalam sehingga pembeli betah berlama-lama saat memutuskan produk mana yang akan di beli. Sehingga hal ini bisa meningkatkan minat beli mereka. Adapun *store atmosphere* yang diterapkan minimarket Indomaret mencakup desain toko yang menggunakan rak-rak yang dirancang secara khusus sehingga mempermudah konsumen mencari produk yang dibutuhkan. Oleh karena itu pembisnis ritel harus lebih mempertimbangkan mengenai *store atmosphere*, mengingat masyarakat lebih cenderung memilih tempat berbelanja yang nyaman. *Store atmosphere* menjadi faktor tambahan yang menarik minat beli konsumen untuk memilih tempat belanja serta memutuskan produk yang akan di beli. Dengan kata lain jika *store atmosphere* meningkat minat beli konsumen juga meningkat begitupun sebaliknya. *Store atmosphere* di Indomaret Fudholi 2 Cikarang kurang begitu diperhatikan seperti pencahayaan yang kurang baik, pengaturan barang yang tidak rapi, dan kebersihan yang kurang terjaga hal ini mengakibatkan konsumen merasa tidak nyaman.

Aspek lain yang mempengaruhi minat beli pada Indomaret adalah kualitas pelayanan, faktor ini bahkan meruapakan faktor yang perlu diperhatikan. Pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional dari karyawan Indomaret dapat memberikan kesan positif pada konsumen. Kualitas pelayanan yang baik dapat mendorong dan menciptakan kepuasan konsumen sehingga mereka akan kembali berbelanja dan terbentuklah loyalitas pelanggan. Indomaret menerapkan pelayanan langsung maupun tidak langsung. Pelayanan langsung yaitu berupa kualitas produk, harga dan promosi yang dilakukan. Sedangkan promosi tidak langsung yaitu pemberian senyum dari karyawan ke konsumen, mengucapkan salam dan sapa, pemberian pelayanan yang cepat dan tanggap ketika konsumen mengalami kesulitan, keamanan konsumen saat berbelanja, kualitas produk yang di jual, dan juga kebersihan toko. Indomaret sendiri telah mendapatkan kepercayaan

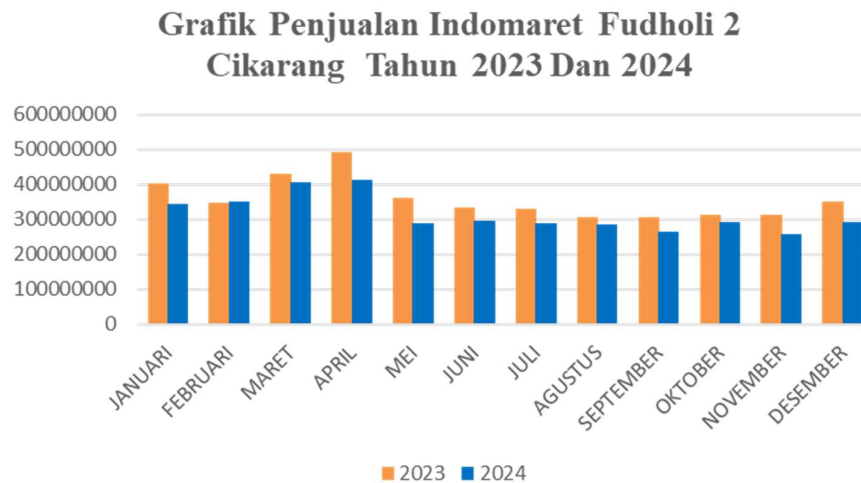
oleh masyarakat. Akan tetapi melalui keluhan dari masyarakat bahwa karyawan Indomaret Fudholi 2 Cikarang kurang cepat dan responhensif terhadap pernyataan dan permintaan pembeli. Berikut data penjualan Indomaret Fudholi 2 di tahun 2024.

**DATA JUMLAH TRANSAKSI DAN PENJUALAN
INDOMARET FUDHOLI 2 CIKARANG TAHUN 2023 DAN 2024**

BULAN	JUMLAH TRANSAKSI		PENJUALAN AKTUAL	
	2023	2024	2023 (Rp)	2024 (Rp)
JANUARI	12.896	9.889	402.172.397	344.912.486
FEBRUARI	10.948	10.237	348.620.375	350.409.705
MARET	13.051	11.408	429.173.330	406.245.530
APRIL	13.800	11.640	492.856.468	413.845.057
MEI	11.780	9.517	361.851.191	289.756.907
JUNI	10.980	8.820	334.716.021	297.711.208
JULI	10.726	8.866	331.378.315	289.680.031
AGUSTUS	10.416	8.959	305.787.617	284.300.789
SEPTEMBER	10.230	8.580	307.971.600	263.520.547
OKTOBER	9.951	9.176	313.914.916	292.706.327
NOVEMBER	9.960	8.310	313.575.079	258.418.941
DESEMBER	10.416	9.238	350.241.518	291.589.595
TOTAL	135.154	114.640	4.292.258.827	3.783.097.123

Tabel 1. 1 Data Jumlah Transaksi dan Penjualan Indomaret Fudholi 2 Tahun 2023 dan 2024

Sumber: Toko Indomaret Fudholi 2 Cikarang Kabupaten Bekasi



Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Indomaret Fudholi 2 Tahun 2023 dan 2024

Berdasarkan data transaksi dan penjualan di Indomaret Fudholi 2 Cikarang yang beralamat di Jl. Kh. Fudholi Rt. 03 Rw. 01 Kel. Karangasih Kec. Cikarang Utara, Kab. Bekasi 17534, menunjukkan penurunan di 2024. Sehingga bisa dikatakan laju pertumbuhannya melambat seiring berjalanya waktu. Untuk itu dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat beli sehingga di harapkan hasilnya dapat menstabilkan kembali penjualan di Indomaret Fudholi 2 Cikarang itu sendiri.

Meskipun beberapa penelitian sebelumnya telah membahas mengenai pengaruh lokasi, *Store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen akan tetapi pada penelitian sebelumnya oleh (Rahmadhani, 2024) hasilnya yaitu Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Putri & Tanjung, 2025) hasilnya menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Selain itu objek yang berbeda juga dapat mempengaruhi hasil karena perilaku konsumen juga di pengaruhi oleh kebiasaan lingkungan setempat. Dengan adanya beberapa perbedaan di atas saya tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh

lokasi, *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di minimarket.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, maka penulis bermaksud untuk mengkaji lebih dalam pengaruh lokasi, *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen. Sehingga penulis termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh lokasi, *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di Indomaret Fudholi 2 Cikarang**” diharapkan melalui penelitian ini bisa dijadikan bahan perbaikan untuk Indomaret sendiri dan di jadikan oleh konsumen sebagai acuan atau pedoman faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Dilihat dari tabel data penjualan, minat beli konsumen tidak stabil yang tercermin dari penurunan penjualan aktual dan jumlah transaksi periode 2023 dan 2024 sehingga laju pertumbuhannya sangat lambat.
2. Ketidakstabilan ini menimbulkan kekhawatiran mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen.
3. Meskipun Indomaret Fudholi 2 Cikarang ini terletak di wilayah yang cukup ramai, akan tetapi wilayah ini tergolong perkampungan sehingga konsumen yang datang terbatas.
4. Memiliki pesaing yang sejenis tepat di sampingnya sehingga Indomaret ini perlu membangun strategi yang tepat untuk bersaing secara kompetitif.
5. Suasana toko kurang nyaman, seperti pencahayaan yang kurang baik, penataan barang yang kurang rapi, dan kebersihan yang kurang terjaga.
6. Kualitas pelayanan yang kurang baik yaitu kurang cepat dan kurang responsif terhadap keluhan dan saran pembeli.

1.3 Batasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada di Indomaret Fudholi 2 Cikarang masalah yang terjadi cukup banyak. Guna mencegah mengembangkannya penelitian maka penulis membatasi agar lebih terperinci dan jelas.

Diharapkan pemecahan masalahnya lebih terarah. Oleh karena itu penulis membatasi penelitian ini hanya pada pengaruh lokasi, *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di Indomaret Fudholi 2 Cikarang.

1.4 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah lokasi berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen di Indomaret Fudholi 2 Cikarang?
2. Apakah *store atmosphere* berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen di Indomaret Fudholi 2 Cikarang?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen di Indomaret Fudholi 2 Cikarang?
4. Apakah lokasi, *store atmosphere* dan kualitas pelayanan berpengaruh secara silmutan terhadap minat beli konsumen di Indomaret Fudholi 2 Cikarang?

1.5 Tujuan Penelitian

1.5.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memahami dan mengukur sejauh mana faktor-faktor seperti lokasi, *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di Indomaret Fudholi 2 Cikarang.

1.5.2 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh lokasi secara parsial terhadap minat beli konsumen di Indomaret Fudholi 2 Cikarang.
2. Menguji sejauh mana *store atmosphere* mempengaruhi secara parsial minat beli konsumen di Indomaret Fudholi 2 Cikarang.
3. Menguji pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap minat beli konsumen di Indomaret Fudholi 2 Cikarang.
4. Untuk menganalisa pengaruh lokasi, *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap minat beli konsumen di Indomaret Fudholi 2 Cikarang.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat penelitian secara teoritis

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan keilmuan mengenai lokasi, *store atmosphere* dan kualitas pelayanan, sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen.

2. Manfaat praktis:

a) Bagi perusahaan

Sebagai informasi bagi manajemen perusahaan tentang faktor-faktor yang paling dominan mempengaruhi minat beli konsumen. Sehingga perusahaan tersebut mengambil kebijakan yang tepat dalam meningkatkan minat beli konsumen.

b) Bagi konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu alasan konsumen berbelanja di tempat yang tepat.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memahami lebih lanjut laporan ini, materi-materi yang disajikan dalam laporan ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampain sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini mencakup latar belakang penelitian, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menyajikan teori-teori berupa pengertian dan definisi yang diambil dari buku serta literatur yang relevan dengan penyusunan laporan skripsi dan penelitian terkait.

BAB III METODE PENELITIAN

Bagian ini memaparkan tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan yang secara rinci mengupas berbagai fenomena yang ditemukan dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini memuat simpulan yang merupakan hasil akhir dari penelitian dan saran yang berisi masukan untuk objek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini mencantumkan berbagai buku, jurnal, dan referensi yang digunakan secara sah dalam penyusunan penelitian ini.