

ABSTRAK

PENGARUH STORE IMAGE, STORE ATMOSPHERICS, DAN STORE THEATRICALS TERHADAP KECENDERUNGAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN REMAJA PUTRI UNTUK BERBELANJA KEMBALI DI MALL

Studi Kasus Pada Remaja Putri yang Berbelanja di Galeria Mall Jln. Jenderal Sudirman No 99 – 101 Yogyakarta

**Evan Ch. A. Kotualubun
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2008**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui : Pengaruh *Store Image*, *Store Atmospherics*, dan *Store Theatrics* secara simultan dan parsial terhadap kecenderungan pengambilan keputusan remaja putri untuk berbelanja kembali di Mall.

Penelitian ini adalah studi kasus pada Galeria Mall. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Populasi dari penelitian ini adalah remaja putri yang pernah berbelanja di Galeria Mall. Sampel yang diteliti sebanyak 100 responden. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Uji Validitas menggunakan teknik Korelasi *Product Moment* dan Uji Reliabilitas menggunakan rumus *Spearman Brown*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda, Uji F dan Uji t pada taraf signifikansi 5%.

Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa : 1) Secara simultan variabel *Store Image*, *Store Atmospherics* dan *Store Theatrics* berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan pengambilan keputusan remaja putri untuk berbelanja kembali di Mall. 2) Secara parsial variabel *Store Atmospherics*, dan *Store Theatrics* berpengaruh secara signifikan terhadap kecenderungan pengambilan keputusan remaja putri untuk berbelanja kembali di Mall, sedangkan variabel *Store Image* tidak berpengaruh terhadap kecenderungan pengambilan keputusan remaja putrid untuk berbelanja kembali di Mall.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF STORE IMAGE, STORE ATMOSPHERICS, AND STORE THEATRICALS TOWARD THE TENDENCY OF FEMALE TEENAGERS' DECISION MAKING IN SHOPPING AGAIN AT THE MALL

A Case Study at Galeria Mall Jln. Jenderal Sudirman No 99 – 101 Yogyakarta

**Evan Ch. A. Kotualubun
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2008**

The purpose of this research is to know: 1) the influence of Store Image, Store Atmospherics, and Store Theatrics simultaneously and partially towards the tendency of female teenagers' decision to shop again at Galeria Mall.

This research was a case study on Galeria Mall. The data were obtained by distributing questionnaires to the respondents. The populations of this research were female students who have shopped at Galeria Mall. The sample used in the research was 100 respondents. The sampling technique used was Purposive Sampling. The validity was tested using Product Moment correlation technique and the reliability was tested using Spearman Brown's calculation. The data analysis technique used in the research was Multiple Linear Regression Analysis, F test and t test in the significance level of 5%.

Based on the result of the data analysis it was found that 1) Simultaneously the Store Image, Store Atmospherics, and Store Theatrics variables significantly influenced female teenagers' decision making in re-shopping at the Mall. 2) Partially, Store Atmospherics and Store Theatrics variables significantly influenced the tendency of female teenagers' decision in re-shopping at Galeria Mall, whereas Store Image variable was not significant.