

Pengaruh *Islamic Retail Store Image* terhadap *Purchase Intention* pada 212

Mart di kota Padang

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada
Program Studi Intake S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas*



Diajukan Oleh :

Aulia Rahman

1610526033

Pembimbing:

Dessy Kurnia Sari, SE. M.Bus. Ph.D

PROGRAM STUDI S1 INTAKE MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2018



No. Alumni Universitas :

AULIA RAHMAN

No. Alumni Fakultas :

a). Tempat/Tgl Lahir: Padang/ 18 April 1991, b). Nama Orang Tua: Arjon dan Amidar, c). Fakultas: Ekonomi, d). Jurusan: Manajemen, e). No Bp : 1610526033, f). Tanggal Lulus: 09 Oktober 2018, g). IPK:3.22, h). Prediksi Kelulusan: Memuaskan, i). Lama Studi: 2 Tahun 2 Bulan, j). Alamat Orang Tua: Jalan Cupak Tengah RT 01 RW02 Kec. Pauh, Padang

Pengaruh *Islamic Retail Store Image* terhadap *Purchase Intention* pada 212 Mart di Kota Padang

Skripsi SI oleh: *Aulia Rahman*

Pembimbing: *Dr. Dessy Kurnia Sari, SE.M.Bus.Ph.D*

ABSTRAK

Perkembangan bisnis di era globalisasi yang sangat pesat membawa perubahan terhadap banyak hal. Salah satunya adalah perubahan dalam dunia bisnis ritel. Sekarang sudah banyak ragam ritel yang disajikan oleh pemasar salah satunya yaitu ritel yang memiliki latar belakang sesuai dengan syariat ajaran agama Islam atau yang biasa disebut dengan ritel Islami. Fenomena yang seperti ini memunculkan jenis ritel baru yang dikenal dengan *Islamic retail*. Dalam hal ini perusahaan ritel harus dapat membangun citra Islami yang diterapkan pada toko ritel nya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Islamic Retail Store Image* terhadap *Purchase Intention* pada 212 Mart di Kota Padang. Data pada penelitian ini dikumpulkan dengan membagikan kuisioner secara online kepada 210 responden dengan menggunakan metode *sampling*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode regresi SPSS 16.0. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa *Islamic Retail Store Image* positif signifikan terhadap Minat Beli. Koefisien Minat Beli menunjukkan nilai sebesar 0,044 berarti variable dependen dapat dijelaskan oleh variable independen dengan nilai 4,4%, sisanya sebesar 95,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: *Islamic Retail Store Image, Purchase Intention*

Skripsi ini telah dipertahankan di depan seminar hasil skripsi dan dinyatakan lulus pada tanggal 09 Oktober 2018. Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji:

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Dessy Kurnia Sari, SE.M.Bus.Ph.D	Dra. Yanti, SE.MM	Dr. Syafrizal, SE.ME

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Verinita, SE. M.Si
NIP : 197208262003122004

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas / Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus:

No. Alumni Fakultas	Petugas Fakultas/Universitas Nama Tanda Tangan
No. Alumni Universitas	Nama Tanda Tangan