

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *COFFE SHOP* TADAKOPI SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH :

AMELIA RETNO WAHYU PURNAMA

18012010174/FEB/EM

**PROGAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2023

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *COFFE SHOP* TADAKOPI SURABAYA**

Disusun Oleh :

AMELIA RETNO WAHYU PURNAMA

18012010174/FEB/EM

**Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Pembangunan Nasional "VETERAN" Jawa Timur
Pada Tanggal :06 April 2023**

Koordinator Program Studi

Dra. Ec. Nurianti Takarini, M.Si.
NIP. 196508141991032001

Pembimbing Utama

Dra. Ec. Nuruni Ika K. W., M.M.
NIP. 196310091991032001

Mengetahui

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

12 APR 2023

Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CFP

NIP.196304201991032001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Amelia Retno Wahyu Purnama
NIM : 18012010174
Fakultas /Program Studi : Ekonomi dan bisnis / Manajemen
Judul Skripsi/Tugas Akhir/
Tesis/Desertasi : Pengaruh Store Atmosphere dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Coffe Shop Tadakopi Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 18 April 2023

Yang Menyatakan


(Amelia Retno Wahyu Purnama)

KATA PENGANTAR

Puji syukur panjatkan kehadiran Allah S.W.T. yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya. Sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffe Shop Tadakopi* ”** Skripsi ini disusun dengan tujuan memenuhi salah satu syarat penilaian dan kelulusan program pendidikan Strata 1 Manajemen di Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur.

Terselesaikan pembuatan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan

Terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan kepada penulis.
2. Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Sulastri Irbayuni, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma Wardhani, M.M. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
5. Kepada orang tua saya yang selalu memberikan doa, dukungan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

6. Kim Namjoon, Kim Seokin Jin, Min Yoon Gi , Jong Ho Seok, Park Ji Min, Kim Tae Hyung, Jeon Jung Kook, BTS yang selalu memberikan semangat kepada saya.
7. Guro Dyka Widiyanto yang telah menemani dan memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
8. Pipit Eka Wati, SKM (Sobat Kental Manis), Kekel Squads yang selalu memberikan motivasi dan membantu dalam penyusunan skripsi ini.
9. Teman-temanku The Girls yang selalu memberikan semangat kepada penulis dalam penyusunan penelitian ini.
10. Semua pihak yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang mendasar pada skripsi ini. Oleh karena itu penulis berharap kepada pembaca untuk memberikan saran serta kritik yang membangun untuk penyempurnaan kedepannya. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak khususnya teman – teman di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Surabaya, 31 Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	I
KATA PENGANTAR	II
DAFTAR ISI	V
DAFTAR TABEL	VIII
DAFTAR GAMBAR	IX
ABSTRAK.....	X
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.....Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori.....	9
2.2.1. Pemasaran.....	9
2.2.2. <i>Store Atmosphere</i>	12
2.2.3. Lokasi.....	13
2.2.4. Keputusan Pembelian	14
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	18
2.4. Kerangka Pemikiran	22
2.5. Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	23
3.1.1. Definisi Operasional	23
3.1.2. Skala Pengukuran Variabel.....	24
3.2. Teknik Penentuan Populasi dan Sampel	25
3.2.1. Populasi.....	25
3.2.2. Sampel.....	25

3.3.	Teknik Pengumpulan data	26
3.3.1.	Jenis data.....	26
3.3.2.	Sumber data	27
3.3.3.	Pengumpulan Data.....	27
3.4.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	28
3.4.1.	Uji Validitas.....	28
3.4.2.	Uji Reliabilitas	28
3.5.	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	28
3.5.1.	Teknik Analisis	28
3.5.2.	Model Indikator Reflektif dan Formatif	30
3.5.3.	Pengukuran Metode Partial Least Square (PLS).....	33
3.5.4.	Langkah-langkah PLS	34
3.5.5.	Asumsi PLS	38
3.5.6.	Ukuran Sampel.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian	40
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	41
4.2.1	Analisis Karakteristik Responden.....	41
4.2.2	Deskripsi Jawaban Variabel	42
4.2.2.1.	Hasil Variabel Store Atmosphere	42
4.2.2.2.	Hasil Variabel Lokasi	44
4.3	ANASLISA DATA	48
4.3.1	Evaluasi Uji Outlier	48
4.3.2	Analisis Model PLS.....	49
4.3.3	Outer Model (Model Pengukuran dan Validitas Indikator).....	49
4.3.4	Inner Model (Pengujian Model Struktural).....	55
4.3.5	Pengujian Hipotesis	56
4.4	PEMBAHASAN.....	57
4.4.1	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian	57
4.4.2	Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		61

5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	66
LAMPIRAN 2 TABULASI DATA JAWABAN RESPONDEN	70
LAMPIRAN 3 HASIL UJI FREKUENSI.....	72
LAMPIRAN 4 HASIL OLAH DATA PLS	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Tadakopi.....	4
Tabel 3.1 Skala Likert.....	26
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Variabel <i>Store Atmosphere</i>	44
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Variabel Lokasi.....	46
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Variabel Keputusan Pembelian.....	48
Tabel 4.6 Uji Outliner.....	50
Tabel 4.7 <i>Outer Loadings</i> (Mean, STDEV, T-Values).....	53
Tabel 4.8 <i>Cross Loadings</i>	55
Tabel 4.9 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	56
Tabel 4.10 <i>Composite Reliability</i> (cr).....	57
Tabel 4.11 <i>Latent Variable Correlations</i>	57
Tabel 4.12 <i>R Square</i>	58
Tabel 4.13 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values).....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	17
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	23
Gambar 3.1 <i>Principal Factor (Reflective) Model</i>	32
Gambar 3.2 Composite Latent Variabel (Formative) Model.....	34
Gambar 3.3 Langkah-Langkah PLS.....	35
Gambar 3.4 Diagram Jalur.....	37
Gambar 4.1 Outer Model dengan <i>Factor Loading, Path Coefficient</i> dan <i>R-Square</i>	51
Gambar 4.2 Inner Model dengan nilai signifikansi <i>T-Statistic Bootstrapping</i>	60

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *COFFE SHOP* TADAKOPI SURABAYA

Oleh :

Amelia Retno Wahyu Purnama

18012010174/FEB/EM

ABSTRAK

Budaya minum kopi merupakan budaya yang sudah lama ada di Indonesia dan cukup digemari oleh masyarakat. Hal ini dilihat dari banyaknya jenis kopi dan cara pengolahan kopi, selain itu juga dapat dilihat dari banyak banyaknya kedai kopi yang kekinian, cafe, warung kopi maupun angkringan yang menyajikan dengan produk utama yakni kopi. Dengan banyaknya konsumsi kopi, dapat menimbulkan persaingan yang sangat ketat antar pelaku usaha kopi. Sehingga harus ada sesuatu yang membuat beda dari para pesaing. Salah satu cara yakni dengan menampilkan store atmosphere yang kuat, maupun kreatif dan menyenangkan mungkin. Selain itu juga lokasi yang strategis dan mudah dijangkau dapat membuat konsumen tertarik untuk datang dan membeli

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan sejumlah sampel yakni 72 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu menggunakan metode non probability sampling dan ditentukan dengan *Accidental Sampling* / Isidental yakni teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara betul-betul melakukan pembelian dan bertemu dengan peneliti. Adapun Teknik pengolahan data yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, lokasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Lokasi, Keputusan Pembelian