

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN KFC WAHIDIN
GRESIK**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Untuk Menyusun Skripsi S-1 Program Studi Manajemen



Oleh :

LAODRY FAT DWI PRASETYO
19012010382/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR**

2024

SKRIPSI
PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN CUSTOMER EXPERIENCE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN KFC WAHIDIN
GRESIK

Disusun Oleh:

LAODRY FAT DWI PRASETYO
19012010382/FEB/EM

Telah Dipertahankan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 03 Juli 2024

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing Utama



Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIP. 196901132021212003



Dra. EC. Nuruni Ika Kusuma Wardhani, MM
NIP. 196310091991032001

Mengetahui.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. Dra. E. Tri Kartika pertwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Laodry Fat dwi Prasetyo

N P M : 19013010382

N I K : 3525112806010002

Tempat / Tgl Lahir : Gresik, 28 Juni 2001

Alamat Rumah : Betiring RT. 07 RW. 03, Banjarsari, Cerme, Gresik

Judul Artikel : Pengaruh Store Atmosphere dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen KFC Wahidin Gresik

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil pemikiran saya sendiri dan bukan dari saduran / terjemahan / plagiarisme

Demikian surat pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun. Apabila dikemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme, maka saya bersedia apabila kelulusan dan gelar akademik yang sudah saya raih dibatalkan.

Surabaya, 03 Juli 2023



Laodry Fat Dwi Prasetyo
NPM. 1901201038

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “**Pengaruh Store Atmosphere dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen KFC Wahidin Gresik**”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan, dan tidak lepas dari bantuan, dukungan, serta arahan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan Rahmat dan Hidayahnya
2. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa dan dukungan sehingga dapat menuntaskan usulan penelitian ini dengan lancar
3. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT., IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
4. Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si. CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
5. Dr. Muhadjir Anwar, S.E., M.M., CRP selaku ketua Jurusan Manajemen
6. Dra. Wiwik Handayani, S.E., M.M selaku koordinator Program Studi Manajemen
7. Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma Wardhani, MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar dan berbesar hati meluangkan waktu untuk membimbing,

mengarahkan, memberi banyak saran serta dorongan kepada penulis selama penyusunan skripsi

8. Seluruh dosen dan staff karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur atas ilmu dan bantuan yang diberikan selama penulis menempuh pendidikan
9. Teman-teman seperjuangan program studi manajemen Fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2019 yang selalu memberi dukungan dan motivasi
10. Pihak-pihak terkait yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas dukungan dan doa yang diberikan sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari segenap pihak. Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua hal baik kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat untuk khalayak umum.

Surabaya, 7 November 2023

Penulis,

Laodry Fat Dwi Prasetyo

NPM. 19012010382

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| KATA PENGANTAR | i |
| DAFTAR ISI | iii |
| DAFTAR GAMBAR | vi |
| DAFTAR TABEL | vii |
| ABSTRAK | viii |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 7 |
| BAB II..... | 8 |
| TINJAUAN PUSTAKA..... | 8 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 8 |
| 2.2 Landasan Teori | 10 |
| 2.2.1 Manajemen Pemasaran | 10 |
| 2.2.2 <i>Store Atmosphere</i> | 11 |
| 2.2.3 <i>Customer Experience</i> | 13 |
| 2.2.4 Keputusan Pembelian | 15 |
| 2.3 Hubungan Antar Variabel | 16 |
| 2.3.1 Pengaruh <i>store atmosphere</i> terhadap keputusan pembelian | 16 |
| 2.3.2 Pengaruh <i>customer experience</i> terhadap keputusan pembelian | 17 |
| 2.4 Kerangka Konseptual..... | 18 |
| 2.5 Hipotesis Penelitian | 18 |
| BAB III..... | 20 |
| METODE PENELITIAN | 20 |
| 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 20 |
| 3.1.1 Definisi Operasional | 20 |

| | | |
|---------------------------------------|---|----|
| 3.1.2 | Pengukuran Variabel | 22 |
| 3.2 | Teknik Penentuan Sampel..... | 23 |
| 3.2.1 | Populasi..... | 23 |
| 3.2.2 | Sampel..... | 23 |
| 3.3 | Jenis dan Sumber Data..... | 25 |
| 3.4 | Metode Pengumpulan Data | 25 |
| 3.5 | Uji Validitas dan Reabilitas..... | 26 |
| 3.5.1 | Uji Validitas | 26 |
| 3.5.2 | Uji Reliabilitas..... | 27 |
| 3.6 | Teknik Analisis dan Hipotesis..... | 27 |
| 3.6.1 | Teknik Analisis..... | 27 |
| 3.6.2 | Model Indikator Reflektif dan Formatif | 29 |
| 3.6.4 | Langkah – Langkah PLS..... | 34 |
| 3.6.6 | Ukuran Sampel | 43 |
| 3.7 | Model Pengukuran Penelitian | 43 |
| BAB IV | | 45 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 45 |
| 4.1 | Deskripsi Objek Penelitian | 45 |
| 4.1.1 | Profil Perusahaan | 45 |
| 4.2 | Deskripsi Karakteristik Responden | 46 |
| A. | Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 46 |
| B. | Deskripsi Responden Berdasarkan Usia | 46 |
| C. | Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan | 47 |
| D. | Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan | 48 |
| 4.3 | Deskripsi Variabel Penelitian..... | 48 |
| 4.3.1 | Store Atmosphere (X1) | 48 |
| 4.3.2 | Customer Experience (X2) | 51 |
| 4.3.3 | Keputusan Pembelian (Y)..... | 53 |
| 4.4 | Analisis Data | 55 |
| 4.4.1 | Evaluasi Outlier | 55 |
| 4.4.2 | Pengujian Outer Model (Validitas Indikator) | 56 |

| | |
|---|----|
| 4.4.3 Analisis Model PLS | 62 |
| 4.4.4 Evaluasi Pengujian Struktural..... | 62 |
| 4.4.5 Pengujian Hipotesis..... | 63 |
| 4.4.6 Gambar Inner Model | 64 |
| 4.5 Pembahasan Penelitian..... | 64 |
| 4.5.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian | 64 |
| 4.5.2 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Keputusan Pembelian..... | 65 |
| BAB V..... | 67 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | 67 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 67 |
| 5.2 Saran | 67 |
| DAFTAR PUSTAKA | 45 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Restoran Cepat Saji di Indonesia | 1 |
| Gambar 3. 1 Composite Latent Variable (Formative) Model..... | 32 |
| Gambar 4.1 Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficients dan R-Square..... | 62 |
| Gambar 4.2 Inner Model dengan Nilai Signifikansi T-Statistic Bootstrapin..... | 64 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 46 |
| Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia | 47 |
| Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 47 |
| Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan | 48 |
| Tabel 4. 5 Jawaban Responden pada Variabel Store Atmosphere (X1) | 49 |
| Tabel 4. 6 Jawaban Responden pada Variabel Customer Experience (X2)..... | 51 |
| Tabel 4. 7 Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian (Y) | 53 |
| Tabel 4. 8 Outlier Data..... | 55 |
| Tabel 4. 9 Outer Landing (Mean, STDEV, T-Values) | 56 |
| Tabel 4. 10 Cross Loading | 58 |
| Tabel 4. 11 Average Variance Extracted (AVE)..... | 59 |
| Tabel 4. 12 Composite Reability | 60 |
| Tabel 4. 13 Latent Variabel Correlations | 60 |
| Tabel 4. 14 R Square..... | 63 |
| Tabel 4. 15 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values) | 63 |

ABSTRAK

Persaingan pada bisnis *franchise* asing di Indonesia semakin ketat, terutama pada produk makanan cepat saji. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* dan *Customer Experience* terhadap keputusan pembelian konsumen KFC Wahidin Gresik. Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan berjumlah 120 responden dengan kriteria responden minimal berusia 17 tahun dan pernah membeli produk makanan atau minuman di KFC Wahidin Gresik. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan media *google form*. Pengambilan data menggunakan teknik *purposive sampling* dan dianalisis menggunakan alat analisis SmartPLS. Hasil analisis data menunjukkan bahwa *Customer Experience* mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sedangkan *Store Atmosphere* tidak mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: *Store Atmosphere; Customer Experience; Keputusan Pembelian*