

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *PERCEIVED PRICE*, DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA NICESO RUNGKUT SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

HAKIM BIMA ARDIMAS ALAM
20012010051 / FEB / EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR

2024

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *PERCEIVED PRICE*, DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA NICESO RUNGKUT SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

HAKIM BIMA ARDIMAS ALAM

20012010051 / FEB / EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2024

SKRIPSI

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, PERCEIVED PRICE, DAN
CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA
NICESO RUNGKUT SURABAYA**

Disusun Oleh :


HAKIM BIMA ARDIMAS ALAM
20012010051 / 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 : 19 Juli 2024

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Pembimbing Utama


Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si.
NIP. 196901132021212003


Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M.
NIP. 196801081989031001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hakim Bima Ardimas Alam
NPM : 20012010051
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Store Atmosphere*, *Perceived Price*, Dan *Customer Experience* Terhadap Minat Beli Ulang Pada Niceso Rungkut 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, 19 Juli 2024

Yang Menyatakan



(Hakim Bima Ardimas Alam)

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan rasa Puji Syukur kehadirat Allah SWT telah memberikan kesehatan dan rahmat-Nya yang memungkinkan penulis menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga menyampaikan Shalawat serta Salam kepada Nabi Muhammad SAW., yang telah membawa Risalahnya kepada seluruh umat manusia dan memberikan teladan bagi kita semua.

Penulis menyusun proposal ini sebagai bagian dari persyaratan kelulusan dalam program sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Skripsi ini berjudul, **“Pengaruh *Store Atmosphere, Perceived Price, Dan Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang Pada Niceso Rungkut Surabaya*”**.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua yang telah memberikan doa, nasihat, dukungan, dan ilmu kepada penulis tanpa henti, yang telah membantu penulis menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, dengan penuh penghormatan, penulis menyampaikan ucapan terima kasih, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT, IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak Dr. Sugeng Purwanto, SE, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang memberikan arahan, dorongan, bimbingan, dan bijaksana dalam membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini
5. Ibu Dra. Ec. Siti Aminah, M.M. selaku dosen wali penulis yang selalu memberikan arahan selama penulis mengikuti perkuliahan.
6. Seluruh Dosen di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan pengetahuan berharga dan pengajaran selama penulis berkuliah.
7. Staf dan Karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan bantuan dalam menangani semua administrasi perkuliahan.
8. Kedua orang tua penulis, Bapak Widiyanto dan Ibu Miarsiati serta keluarga dan saudara yang telah mendoakan, memperhatikan, serta memberikan dukungan penuh kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua teman seperjuangan yang memberikan motivasi dan saran satu sama lain untuk menyelesaikan skripsi ini secepatnya.
10. Muhammad Nur Salim yang memberikan motivasi, bantuan, dukungan, serta doa selama penulis mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat saya Widyana Dini, Mayhana Dwi, Ikko Ukumi, Aulia Nida’ul, Izzah Asyanti, Dhea Nanda, Djuliandhika, Septania Galih, dan Zumrotul Liana yang dengan baik hati selalu bersedia mendengarkan keluh kesah

penulis, membantu, memberi semangat dan dukungan, serta menghibur penulis selama masa perkuliahan hingga skripsi ini terselesaikan.

12. Dhini, Esteriza, Ayu, Andi, Nura, Bagus, Cindy, Melisya, dan Yana, sahabat semasih SMA hingga sekarang yang membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman-teman KKNT Kelompok 65 Tahun 2023 yang selalu memberikan dukungan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah membantu dengan memberikan saran, motivasi, dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan baik dari segi teknis ataupun penyusunan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga Allah SWT. senantiasa memberikan rahmat-Nya kepada kita semua. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 2 April 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 Pemasaran	20
2.2.2 <i>Consumer Behavior</i> (Perilaku Konsumen)	21
2.2.3 <i>Store Atmosphere</i> (Suasana Toko).....	23
2.2.4 <i>Perceived Price</i> (Persepsi Harga).....	28
2.2.5 <i>Customer Experience</i> (Pengalaman Konsumen).....	31
2.2.6 Minat Beli Ulang.....	36
2.3 Hubungan Antar Variabel	38
2.3.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Minat Beli Ulang.....	38
2.3.2 Pengaruh <i>Perceived Price</i> Terhadap Minat Beli Ulang	39
2.3.3 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Minat Beli Ulang	39
2.4 Kerangka Konseptual	40
2.5 Hipotesis	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	43
3.1 Jenis Penelitian	43

3.2	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	44
3.2.1	Definisi Operasional Variabel	44
3.2.2	Pengukuran Variabel	48
3.3	Teknik Penentuan Sampel	49
3.3.1	Populasi	49
3.3.2	Sampel	49
3.4	Teknik Pengumpulan Data	51
3.4.1	Jenis Data	51
3.4.2	Sumber Data	51
3.4.3	Metode Pengumpulan Data	52
3.5	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	53
3.5.1	Teknik Analisis Data	53
3.5.2	Evaluasi PLS	54
3.5.3	Cara Kerja PLS	54
3.5.4	Langkah-Langkah PLS	55
3.5.5	Asumsi PLS	63
BAB IV HASIL DAM PEMBAHASAN		64
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	64
4.1.1	Profil Perusahaan	64
4.1.2	Visi Dan Misi Perusahaan	65
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	66
4.2.1	Karakteristik Responden	66
4.2.2	Hasil Uji Analisis Deskriptif	68
4.2.3	Deskripsi Variabel Penelitian	70
4.3	Analisa Dan Pengujian Hipotesis	86
4.3.1	Evaluasi Outlier	86
4.3.2	Hasil Intrepretasi PLS	87
4.4	Pembahasan	98
4.4.1	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Minat Beli Ulang	98
4.4.2	Pengaruh <i>Perceived Price</i> Terhadap Minat Beli Ulang	99
4.4.3	Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Minat Beli Ulang	100

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	102
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Global Retail Development Index 2023</i>	3
Gambar 1. 2 <i>Store Atmosphere Niceso Rungkut Surabaya</i>	8
Gambar 1. 3 Jawaban responden (<i>preliminary research</i>).....	10
Gambar 1. 4 Jawaban responden (<i>preliminary research</i>).....	11
Gambar 1. 5 Jawaban responden (<i>preliminary research</i>).....	12
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	41
Gambar 3. 1 Model Diagram Jalur <i>Partial Least Square</i>	56
Gambar 4. 1 <i>Outer Model</i> dengan <i>Factor Loading, Path Coefficient</i> dan <i>R-Square</i>	93
Gambar 4. 2 Gambar <i>Inner Model</i> dengan nilai koefisien dan <i>P-Value</i> (output <i>Bootstrapping</i>)	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra-Survey	10
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif.....	69
Tabel 4. 5 Frekuensi Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X1)	70
Tabel 4. 6 Frekuensi Variabel <i>Perceived Price</i> (X2).....	74
Tabel 4. 7 Frekuensi Variabel <i>Customer Experience</i> (X3).....	78
Tabel 4. 8 Frekuensi Variabel Minat Beli Ulang (Y)	82
Tabel 4. 9 Hasil Uji Outlier	86
Tabel 4. 10 <i>Outer Loadings</i> (Mean, STDEV, T-Values).....	88
Tabel 4. 11 <i>Cross Loading</i>	90
Tabel 4. 12 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	91
Tabel 4. 13 <i>Composite Reliability</i>	91
Tabel 4. 14 <i>Latent Variable Correlations</i>	92
Tabel 4. 15 <i>R-Square</i>	94
Tabel 4. 16 <i>Path Coefficients</i> (Mean, STDEV, T-Values, P-Values).....	96

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	110
Lampiran 2 Tabulasi Kuesioner Penelitian	115
Lampiran 3 Frekuensi Identitas Responden.....	117
Lampiran 4 Frekuensi Jawaban Responden.....	118
Lampiran 5 Deskriptif Data Jawaban Responden.....	124
Lampiran 6 Uji Outlier.....	125
Lampiran 7 <i>Outer Loading</i> (Mean, STDEV, T-Values)	126
Lampiran 8 <i>Outer Weights</i> (Mean, STDEV, T-Values)	127
Lampiran 9 <i>Cross Loading</i>	128
Lampiran 10 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	128
Lampiran 11 <i>Composite Reliability</i>	128
Lampiran 12 <i>Latent Variable Correlation</i>	129
Lampiran 13 Hasil Olah Data PLS.....	129
Lampiran 14 <i>R-Square</i>	130
Lampiran 15 <i>Path Coefficients</i> (Mean, STDEV, T-Values,P-Values)	130

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *PERCEIVED PRICE*, DAN
CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA
NICESO RUNGKUT SURABAYA**

**OLEH:
HAKIM BIMA ARDIMAS ALAM
20012010051 / FEB / EM**

ABSTRAK

Perkembangan teknologi modern dan pertumbuhan ekonomi menjadikan Indonesia sebagai pasar ritel yang sangat potensial, terutama dalam sektor ritel modern. Selain itu, persaingan ritel juga meningkat dengan kehadiran ritel luar negeri yang ikut bersaing dengan ritel domestik. Industri retail dalam negeri yang dimaksud adalah Niceso. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, *perceived price*, dan *customer experience* terhadap minat beli ulang pada konsumen Niceso Rungkut Surabaya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan pengukuran variabel dilakukan dengan memakai skala *Likert*. Teknik penarikan sampel memakai teknik *non-probability sampling* melalui pendekatan *convenience sampling* dan jumlah sampel yang didapatkan adalah sebanyak 102 orang. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah metode PLS (*Partial Least Square*), untuk melakukan uji validitas, reliabilitas, model struktural, serta menguji hipotesis dari data yang ada.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *store atmosphere*, *perceived price*, dan *customer experience* masing-masing memberikan kontribusi dan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen Niceso Rungkut Surabaya.

Kata Kunci: *Store Atmosphere, Perceived Price, Customer Experience, Minat Beli Ulang.*