

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, PERSEPSI HARGA, DAN
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ULANG PADA KEDAI KOPI FORE DI SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

RICY INAIYAH WULANDARI
20012010065/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2024**

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, PERSEPSI HARGA, DAN
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ULANG PADA KEDAI KOPI FORE DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

RICY INAIYAH WULANDARI
20012010065/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2024**

SKRIPSI

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, PERSEPSI HARGA, DAN
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ULANG PADA KEDAI KOPI FORE DI SURABAYA**

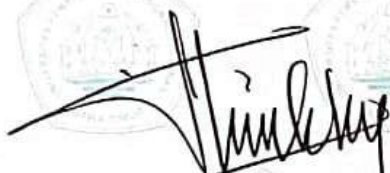
Disusun Oleh :

RICY INAIYAH WULANDARI
20012010065 / 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 : 13 September 2024

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing Utama



Dr. Wiwik Handayani, SE, 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 : Ricy Inaiyah Wulandari

NPM : 20012010065

Fakultas /Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen

Judul Skripsi/Tugas Akhir : Pengaruh *Store Atmosphere*, Persepsi Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Kedai Kopi Fore di 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, 13 September 2024

Yang Menyatakan,



Ricy Inaiyah Wulandari
(NPM. 20012010065)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis sampaikan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan hidayah kepada kita semua. Shalawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW. Dengan Rahmat dan ridhonya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun judul skripsi ini “PENGARUH *STORE AMOSPHERE*, PERSEPSI HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA KEDAI KOPI FORE DI SURABAYA”.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya arahan serta bimbingan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya, terutama kepada Bapak Dr. Sugeng Purwanto, S.M., M.M selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, maskan, saran, petunjuk, dan perhatian hingga penulis selesai melakukan penelitian ini. Penulis juga mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan skripsi ini. Pihak-pihak terkait tersebut diantaranya sebagai berikut:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT. 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, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, dorongan, wawasan, serta waktu yang berharga sepanjang proses penelitian ini.
5. Kedua orang tua penulis yaitu Parli dan Siti Muchalimah yang telah membesarkan dan mendidik penulis sampai saat ini. Tidak banyak kontribusi yang dikeluarkan, namun tanpa adanya orang tua penulis, penulis tidak akan sampai ke perkuliahan. Terima kasih atas harapan yang diberikan kepada penulis hingga akhirnya penulis memiliki motivasi untuk bersungguh-sungguh mengerjakan penelitian ini dan segera menyelesaikannya untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik lagi.
6. Saudara kandung penulis yaitu Umi Mayyah Saroh, Desi Wulan Suci Harjanti yang telah memberikan saya bantuan pikiran, motivasi, dan penyelesaian permasalahan saya selama menjalani studi ini. Penulis memberikan apresiasi kepada saudara penulis karena jika bukan karena mereka penulis tidak akan bisa melanjutkan studi sarjana sampai saat ini.
7. Kepada teman-teman penulis, Yuan Wikani Fadjrin, Nur Rohmah Wijayanti, dan Maharani Huzaema yang telah memberikan semangat, dorongan, dukungan, kepada penulis selama mengerjakan penelitian ini. Tanpa adanya mereka, penulis tidak akan bisa menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih kepada teman penulis karena kehadiran mereka dalam masa perkuliahan

penulis, memberikan kenangan yang meskipun pendek masanya namun bermakna kenangannya. Berharap bukan hanya pertemuan sebatas perkuliahan melainkan pertemuan tanpa batas usia.

8. Apresiasi ditujukan untuk penulis, Ricy Inaiyah Wulandari. Terima kasih untuk tetap bertahan meskipun banyak halangan yang dilalui selama penulis menjalani studi. Berikan wujud dari semua impianmu setelah ini. Jadilah Ricy yang tetap semangat walaupun masalah berdatangan, jadilah Ricy yang tetap tertawa paling keras diantara yang lain. Dari pengambilan langkah untuk melanjutkan studi sarjana ini, penulis yakin bisa mengambil langkah yang lebih besar dikemudian hari. Jangan puas disini, karna saat ini bukan akhir dari semuanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan memiliki banyak kekurangan sehingga saran dan kritik yang membangun akan sangat dibutuhkan. Penulis juga berhadap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi sejumlah pihak yang membacanya. Akhir kata, semoga Allah SWT. Senantiasa memberikan Rahmat bagi kita semua.

Surabaya, 13 September 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kajian Teori	15
2.2.1 Manajemen Pemasaran	15
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	16
2.2.3 Store Atmosphere.....	17
2.2.4 Persepsi Harga	18
2.2.5 Gaya Hidup	21
2.2.6 Keputusan Pembelian Ulang.....	22
2.3 Hubungan Antar Variabel	25
2.3.1 Hubungan Antara <i>Store Atmosphere</i> dengan Keputusan Pembelian Ulang	25
2.3.2 Hubunan Antara Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian Ulang	25
2.3.3 Hubungan Antara Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ulang	26
2.4 Kerangka Konseptual	26

2.5 Hipotesis	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	29
3.1 Operasional dan Pengukuran Variabel.....	29
3.1.1 Definisi Operasional	29
3.1.2 Pengukuran Variabel	32
3.2 Teknik Penentuan Sampel	33
3.2.1 Populasi.....	33
3.2.2 Sampel	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3.1 jenis data	35
3.3.2 Sumber Data	36
3.3.3 Pengumpulan Data.....	36
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	37
3.4.1 Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	39
3.4.2 Evaluasi Struktur Model (<i>Inner Model</i>).....	42
3.4.3 Uji Hipotesis	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	46
4.1.1 Profil Perusahaan Fore.....	46
4.1.2 Logo Perusahaan.....	48
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	50
4.2.1 Analisis Karakteristik Responden.....	50
4.2.2 Deskripsi Variabel <i>Store Atmosphere</i>	52
4.2.3 Deskripsi Variabel Persepsi Harga.....	53
4.2.4 Deskripsi Variabel Gaya Hidup	55

4.2.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian Ulang.....	56
4.3 Analisa dan Pengujian Hipotesis	58
4.3.1 Analisa Data.....	58
4.4.2 Pengujian Hipotesis	65
4.4 Pembahasan	67
4.4.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan pembelian ulang pada Kedai Kopi Fore di Surabaya.....	67
4.4.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Kedai Kopi Fore di Surabaya.....	68
4.4.3 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Kedai Kopi Fore di Surabaya	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambar Peringkat Kedai Kopi di Indonesia	4
Gambar 1.2 Komentar Konsumen Kedai Kopi Fore.....	6
Gambar 1.3 Gambaran Suasana Kedai Kopi Fore	7
Gambar 1.4 Menu Kedai Kopi Fore.....	8
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	27
Gambar 3. 1 Diagram Jalur	39
Gambar 4. 1 Logo Fore	48
Gambar 4. 2 Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficient dan R-Square	64
Gambar 4. 3 Inner Model dengan Path Coefficients dan P-values bootstrapping	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Top Brand Index Kedai Kopi di Indonesia Tahun 2021-2024.....	4
Tabel 3.1 Skala Bobot Indikator.....	33
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Mengenai Domisili	51
Tabel 4.3 Hasil Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Store Atmosphere	52
Tabel 4.4 Hasil Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Persepsi Harga	53
Tabel 4.5 Hasil Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Gaya Hidup.....	55
Tabel 4.6 Hasil Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian Ulang.....	56
Tabel 4.7 Outer Loadings (Original Sample, Sample Mean, STDEV, P Values)..	59
Tabel 4.8 Cross Loading	60
Tabel 4.9 Average Variance Extracted (AVE)	61
Tabel 4.10 Composite Reability	62
Tabel 4. 11 Latent Variabel Correlations.....	63
Tabel 4.12 R Square	64
Tabel 4. 13 Path Coefficients Direct Effect.....	65

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, PERSEPSI HARGA, DAN
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ULANG PADA KEDAI KOPI FORE DI SURABAYA**

Oleh:

RICY INAIYAH WULANDARI

20012010065/FEB/EM

ABSTRAK

Dalam era globalisasi ini, semakin banyaknya perkembangan menjadikan berbagai kebiasaan menjadi berubah. Dahulu yang hanya sekedar warung kopi sekarang makin berkembang dengan adanya kedai kopi yang memiliki berbagai macam konsep yang menarik dengan gaya hidup masyarakat yang lebih mengikuti zaman. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh yang ditimbulkan oleh *store atmosphere*, persepsi harga, dan gaya hidup apakah dapat berpengaruh terhadap Keputusan pembelian ulang.

Metodologi penelitian ini melibatkan populasi konsumen kedai kopi Fore yang pernah berkunjung ke kedai kopi Fore Surabaya sebanyak 2 kali. Sampel yang digunakan sebanyak 112 konsumen, dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode SEM-PLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere*, persepsi harga dan gaya hidup berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian ulang pada kedai kopi Fore di Surabaya.

Kata kunci: *Store Atmosphere*; Persepsi Harga; Gaya Hidup; Keputusan Pembelian Ulang