

**PENGARUH *REBRANDING* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP
MINAT BELI ULANG PADA “LEGIT PAIT COFFEE SIDOARJO”**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

ARDEAN NAUFAL ADYAR

20012010225/FEB/EM

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

2024

**PENGARUH REBRANDING DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP
MINAT BELI ULANG PADA “LEGIT PAIT COFFEE SIDOARJO”**

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh:

ARDEAN NAUFAL ADYAR

20012010225/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

JAWA TIMUR

2024

SKRIPSI

**PENGARUH REBRANDING DAN STORE ATMOSPHERE
TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA LEGIT PAIT COFFEE
SIDOARJO**

Disusun Oleh :

ARDEAN NAUFAL ADYAR
20012010225 / 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 : 22 November 2024

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing Utama


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


Drs. Ec. Hery Padioprastyono, M.M
NIP. 196203181988031002

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 : Ardean Naufal Adyar
NPM : 20012010225
Fakultas /Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi/Tugas Akhir : Pengaruh Rebranding dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Pada Legit Pait Coffee Sidoarjo

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, 2 Desember 2024

Yang Menyatakan



(Ardean Naufal Adyar)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayat serta kelimpahan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Rebranding* dan *Store Atmosphere* terhadap Minat Beli Ulang Pada Legit Pait Coffee Sidoarjo” dapat diselesaikan dengan baik.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi satu syarat penyelesaian program studi pendidikan strata satu, fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

Serta penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga atas bantuan, saran, dan dukungan berupa semangat dan doa baik secara langsung maupun tidak langsung kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT selaku rector Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika P., MSI, CRP selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Drs. Ec. Hery Pudjoprastiono, M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan dorongan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Zawawi, S.E., M.Pd., M.M selaku dosen wali yang telah memberikan arahan serta motivasi selama penulis menjalani perkuliahan.
6. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikannya ilmu dan pembelajaran berharga saat menjalani perkuliahan.
7. Teristimewa, kedua Orangtua saya, Ibu Ade Yulianti dan Bapak Yarwan yang selalu berjuang untuk penulis hingga saat ini. yang senantiasa

memberikan doa, dukungan, dan harapan penuh kepada penulis hingga pada saat ini.

8. Chika Aliyah Maysari yang selalu menjadi support system bagi penulis dan selalu memberikan dukungan kepada penulis.
9. Sahabat penulis yang telah menemani dan memberikan dukungan serta masukan kepada penulis hingga terselesainya skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu. Terima kasih telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, Maka dari itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| KATA PENGANTAR..... | i |
| DAFTAR GAMBAR..... | vi |
| DAFTAR TABEL..... | vii |
| ABSTRAK | viii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 9 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 11 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 11 |
| 2.2 Kajian Pustaka..... | 13 |
| 2.2.1 Manajemen Pemasaran | 13 |
| 2.2.2 <i>Rebranding</i> | 14 |
| 2.2.3 <i>Store Atmosphere</i> | 18 |
| 2.2.4 Minat Beli Ulang | 20 |
| 2.3 Hubungan Antar Variabel..... | 22 |
| 2.3.1 Hubungan <i>Rebranding</i> Terhadap Minat Beli Ulang..... | 22 |
| 2.3.2 Hubungan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Minat Beli Ulang | 24 |
| 2.4 Kerangka Koseptual..... | 26 |
| 2.5 Hipotesis Penelitian | 27 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 28 |
| 3.1 Definisi Operasional | 28 |
| 3.2 Pengukuran Variabel | 30 |

| | | |
|---------------|---|-----------|
| 3.3 | Teknik Pengumpulan Sampel | 31 |
| 3.3.1 | Populasi..... | 31 |
| 3.3.2 | Teknik Pengambilan Sampel | 32 |
| 3.4 | Teknik Pengumpulan Data..... | 33 |
| 3.4.1 | Jenis Data | 33 |
| 3.4.2 | Sumber Data | 33 |
| 3.4.3 | Pengumpulan Data..... | 33 |
| 3.5 | Uji Validitas dan Realibilitas..... | 34 |
| 3.5.1 | Uji Validitas..... | 34 |
| 3.5.2 | Uji Realibilitas | 34 |
| 3.6 | Teknik Analisis Data | 35 |
| 3.6.1 | Teknik Analisis Data | 35 |
| 3.6.2 | Kegunaan Metode Partial Last Square (PLS)..... | 36 |
| 3.6.3 | Pengukuran Metode Partial Last Square (PLS)..... | 36 |
| 3.6.4 | Langkah-Langkah Partial Last Square (PLS)..... | 38 |
| 3.6.5 | Asumsi Partial Last Square (PLS) | 44 |
| 3.6.6 | Ukuran Sampel | 44 |
| BAB IV | PEMBAHASAN..... | 45 |
| 4.1 | Definisi Objek Penelitian | 45 |
| 4.1.1 | Profil Perusahaan | 45 |
| 4.1.2 | Karakteristik Responden..... | 46 |
| 4.1.3 | Deskripsi Variabel <i>Rebranding</i> | 48 |
| 4.1.4 | Deskripsi Variabel <i>Store Atmosphere</i> | 50 |
| 4.1.5 | Deskripsi Variabel Minat Beli Ulang | 52 |
| 4.2 | Analisa dan Pengujian Hipotesis..... | 54 |
| 4.2.1 | Evaluasi Uji Outlier | 54 |
| 4.2.2 | Interpretasi PLS | 55 |
| 4.2.3 | Outer Model (Model Pengukuran dan Validitas Indikator)..... | 56 |
| 4.2.4 | Inner Model (Pengujian Model Struktural) | 62 |

| | |
|--|-----------|
| 4.2.5 Pengujian Hipotesis | 64 |
| 4.3 Pembahasan | 66 |
| 4.3.1 <i>Rebranding</i> terhadap Minat Beli Ulang..... | 66 |
| 4.3.2 <i>Store Atmosphere</i> terhadap Minat Beli Ulang..... | 67 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 69 |
| 5.1 Kesimpulan | 69 |
| 5.2 Saran..... | 69 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 71 |
| LAMPIRAN..... | 74 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Ulasan Google Maps..... | 6 |
| Gambar 1.2 Ulasan Google Maps..... | 7 |
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual..... | 28 |
| Gambar 3.1 Langkah-Langkah PLS..... | 38 |
| Gambar 3.2 Contoh Diagram Jalur PLS..... | 40 |
| Gambar 4.1 Outer Model..... | 55 |
| Gambar 4.2 Inner Model..... | 62 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Produksi Kopi Indonesia..... | 1 |
| Tabel 1.2 Jumlah Restoran, Kafe, dan Coffeeshop di Sidoarjo..... | 2 |
| Tabel 1.3 Data Penjualan Kedai 27 Sidoarjo Tahun 2022..... | 4 |
| Tabel 1.4 Data Penjualan Legit Pait Coffee 2023..... | 5 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 46 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 46 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan..... | 47 |
| Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Rebranding..... | 48 |
| Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Store Atmosphere..... | 50 |
| Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Minat Beli Ulang..... | 52 |
| Tabel 4.7 Outlier Data..... | 54 |
| Tabel 4.8 Outer Loading..... | 56 |
| Tabel 4.9 Cross Loading..... | 57 |
| Tabel 4.10 Average Variance Extracted..... | 58 |
| Tabel 4.11 Composite Reliability..... | 59 |
| Tabel 4.12 Latent Variable Correlations..... | 59 |
| Tabel 4.13 R-square..... | 60 |
| Tabel 4.14 Path Coefficients..... | 61 |

Pengaruh Rebranding dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Pada Legit Pait Coffee Sidoarjo

Oleh :

Ardean Naufal Adyar

20012010225/FEB/EM

ABSTRAK

Bisnis kopi di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir, termasuk di Sidoarjo, di mana jumlah kedai kopi terus meningkat. Legit Pait Coffee, yang sebelumnya dikenal sebagai Kedai 27 Sidoarjo, melakukan rebranding untuk menciptakan identitas baru yang lebih unik dengan konsep kejawan, serta melakukan perubahan pada suasana toko untuk menarik lebih banyak konsumen. Rebranding ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode Partial Least Square (PLS) untuk menguji hipotesis mengenai hubungan antara rebranding, store atmosphere, dan minat beli ulang. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu jawaban responden dengan sampel konsumen Legit Pait Coffee Sidoarjo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik rebranding maupun store atmosphere memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang konsumen.

Kata Kunci: Minat Beli Ulang ; Rebranding; Store Atmosphere