

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG
FORE COFFEE DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

ELMA DINA ASOFA

21012010089/FEB/EM

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

2025

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG
FORE COFFEE DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh:

ELMA DINA ASOFA

21012010089/FEB/EM

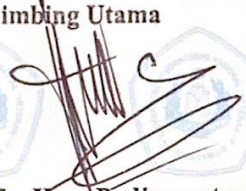
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2025**

SKRIPSI
PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG
FORE COFFEE DI SURABAYA

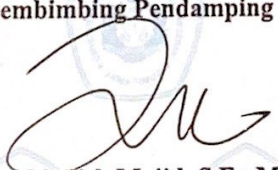
Disusun Oleh:
ELMA DINA ASOFA
21012010089/FEB/EM

Telah Dipertahankan Dihadapan
Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 17 Juli 2025

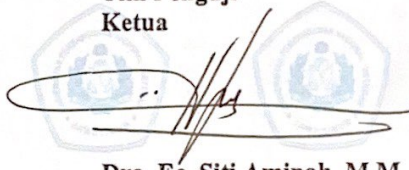
Pembimbing Utama


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

Pembimbing Pendamping


Nurkholish Majid, S.E., M.M.
NIP. 20119920928228

Tim Penguji
Ketua


Dra. Ec. Siti Aminah, M.M.
NIP. 196801081989031001

Anggota


Zumrotul Fitriyah, S.E., M.M.
NIPPPK. 198012182024212011

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 BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Elma Dina Asofa
NPM : 21012010089
Program : Sarjana(S1)/Magister (S2)/Doktor (S3)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 17 Juli 2025
Yang Membuat pernyataan



Elma Dina Asofa
NPM. 21012010089

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian Ulang Fore Coffee di Surabaya” Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam proses pengerjaan skripsi ini, tidak terlepas dari peran, dukungan, bimbingan, bantuan, serta motivasi dari berbagai pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Ahmad Fauzi, MMT., IPU., ASEAN.Eng. 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 koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan arahan, dukungan dan waktunya dalam membantu penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
5. Bapak Nurkholis Majid S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan arahan, dukungan dan waktunya dalam membantu penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
6. Segenap dosen dan staff Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan yang berguna.

7. Kepada keluarga tercinta penulis, terima kasih telah memberikan doa yang tidak pernah putus, dukungan moral maupun material yang selalu mengalir, dan kasih sayang yang tiada hentinya. Tanpa cinta dan pengorbanan kalian, penulis tidak akan sampai pada titik ini.
8. Kepada seseorang yang sangat istimewa, Alvin – terima kasih atas kesabaran dalam menghadapi mood penulis selama proses pengerjaan skripsi, terima kasih selalu hadir memberi semangat tanpa henti. Skripsi ini mungkin bukan milik kita, tapi prosesnya tidak akan lengkap tanpamu.
9. Kepada sahabat-sahabat terbaik penulis, Jane dan Shalsa – terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, tawa hingga keluh kesah selama proses ini. Dukungan dan kehadiran kalian membuat perjalanan skripsi ini terasa jauh lebih ringan dan bermakna.

Saya ucapkan banyak terima kasih juga kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah terlibat dalam memberikan doa dan dukungan kepada penulis. Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap pembaca dapat memberikan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Surabaya, 08 Juli 2025

Elma Dina Asofa

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	I
DAFTAR GAMBAR.....	III
DAFTAR TABEL.....	IV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 PERUMUSAN MASALAH.....	15
1.3 TUJUAN PENELITIAN	15
1.4 MANFAAT PENELITIAN	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 PENELITIAN TERDAHULU	17
2.2 TINJAUAN TEORI	20
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	20
2.2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	20
2.2.2 Store Atmosphere.....	21
2.2.2.1 Pengertian Store Atmosphere.....	21
2.2.2.2 Indikator Store Atmosphere	22
2.2.3 Service Quality.....	23
2.2.3.1 Definisi Service Quality	23
2.2.3.2 Indikator Service Quality	24
2.2.4 Keputusan Pembelian Ulang.....	25
2.2.4.1 Definisi Keputusan Pembelian Ulang	25
2.2.4.2 Indikator Keputusan Pembelian Ulang	26
2.3 HUBUNGAN ANTAR VARIABEL.....	27
2.3.1 Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Ulang..	27
2.3.2 Pengaruh Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Ulang.....	28
2.4 KERANGKA KONSEPTUAL	29
2.5 HIPOTESIS.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN VARIABEL.....	31
3.1.1 Definisi Operasional Variabel.....	31
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	34
3.2 TEKNIK PENENTUAN SAMPEL	35
3.2.1 Populasi.....	35
3.2.2 Sampel.....	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.3.1 Jenis Data	36
3.3.2 Sumber Data.....	37
3.3.3 Metode Pengumpulan Data	37

3.4 Uji VALIDITAS DAN REABILITAS	38
3.4.1 Uji Validitas	38
3.4.2 Uji Realibilitas	38
3.5 TEKNIK ANALISIS DAN Uji HIPOTESIS	38
3.5.1 TEKNIK ANALISIS DATA.....	38
3.5.2 Model Indikator Reflektif dan Formatif.....	40
3.5.3 Cara Kerja PLS	43
3.5.4 Langkah-Langkah PLS.....	43
3.5.5 Asumsi PLS.....	49
3.5.6 Ukuran Sampel.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 DEFINISI OBJEK PENELITIAN	50
4.2 DESKRIPSI HASIL PENELITIAN.....	51
4.2.1 KARAKTERISTIK RESPONDEN	51
4.2.2 Deskripsi Variabel.....	52
4.2.2.1 Store Atmosphere (X1)	53
4.2.2.2 Service Quality (X2)	55
4.2.2.3 Keputusan Pembelian Ulang (Y)	57
4.3 DESKRIPSI HASIL ANALISIS DATA.....	60
4.3.1 INTERPRETASI HASIL OLAH DATA PLS.....	60
4.3.1.1 Analisis Model PLS	60
4.3.1.4 Pengujian Hipotesis.....	66
4.4 PEMBAHASAN.....	68
4.4.1 PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG	68
4.4.2 Pengaruh Service Quality terhadap Keputusan Pembelian Ulang	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 KESIMPULAN	71
5.2 SARAN.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Konsumsi Kopi Nasional.....	2
Gambar 1.2 Pertumbuhan Industri Coffee Shop Indonesia	4
Gambar 1.3 Logo Fore Coffee	5
Gambar 1.4 Top Brand Indeks Kategori Food and Beverage.....	7
Gambar 1.5 Ulasan Buruk Konsumen Fore Coffee	8
Gambar 1.6 Kedai Kopi Lokal Terfavorit.....	9
Gambar 1.7 Outlet Fore Coffee Pucang Anom Surabaya	11
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	29
Gambar 3.1 Model Indikator Reflektif.....	41
Gambar 3.2 Model Indikator Formatif.....	42
Gambar 3.3 Diagram Jalur Partial Least Square	44
Gambar 4.1 Outer Model dengan Factor Loading,	60
Gambar 4.2 Inner Model dengan nilai signifikasi T-Statistic	67

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Pengukuran.....	34
Tabel 4.1 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2 Komposisi Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3 Komposisi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Terkait Store Atmosphere(X1).....	53
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Terkait Service Quality (X2).....	55
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Terkait Keputusan Pembelian Ulang (Y).....	57
Tabel 4.7 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)	61
Tabel 4.8 Cross Loading	62
Tabel 4.9 Average Variance Extracted (AVE)	63
Tabel 4.10 Composite Reliability	64
Tabel 4.11 Laten Variabel Correlations	64
Tabel 4.12 R-Square.....	65
Tabel 4.13 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)	66

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG
FORE COFFEE DI SURABAYA**

Oleh:

**Elma Dina Asofa
21012010089/FEB/EM**

Industri kopi di Surabaya mengalami pertumbuhan pesat seiring meningkatnya tren konsumsi kopi, khususnya di kalangan generasi muda. Fore Coffee sebagai salah satu brand lokal menghadapi tantangan dalam menciptakan pengalaman konsumen yang berkesan di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *store atmosphere* dan *service quality* terhadap keputusan pembelian ulang konsumen Fore Coffee di Surabaya.

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) dan melibatkan 130 responden yang pernah membeli produk Fore Coffee minimal satu kali di Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Store Atmosphere* dan *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik suasana toko serta kualitas layanan yang dirasakan oleh konsumen, maka akan semakin mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang Fore Coffee di Surabaya.

Kata Kunci: *Store Atmosphere; Service Quality; Repurchase Decision; Fore Coffee*