

PENGARUH *CUSTOMER ENGAGEMENT* DAN *STORE ATMOSPHERE*

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi pada Konsumen D'coffee Cup Gunung Anyar Surabaya)

SKRIPSI



YUNIAR WARDANI
NPM. 22042010076

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA

2026

PENGARUH *CUSTOMER ENGAGEMENT* DAN *STORE ATMOSPHERE*

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi pada Konsumen D'coffee Cup Gunung Anyar Surabaya)

SKRIPSI



YUNIAR WARDANI
NPM. 22042010076

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *CUSTOMER ENGAGEMENT* DAN *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN
D'COFFEE CUP GUNUNG ANYAR SURABAYA)**

Disusun Oleh:

Yuniar Wardani
NPM. 22042010076

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
Pembimbing Utama


Sumainah Fauziah, S.AB., M.AB
NIP. 199312072022032015

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *CUSTOMER ENGAGEMENT* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN D'COFFEE CUP GUNUNG ANYAR SURABAYA)

Disusun Oleh:

Yuniar Wardani
NPM. 22042010076

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Program
Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 20 Juli 2026

Menyetujui,

Pembimbing Utama

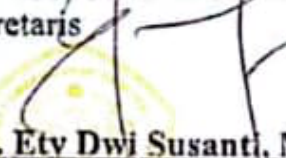

Sumainah Fauziah, S. AB, M.AB
NIP. 199312072022032015

Tim Penguji

1. Ketua


Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

2. Sekretaris


Dra. Ety Dwi Susanti, M. Si
NIP. 196805011994032001

3. Anggota


Sumainah Fauziah, S. AB, M.AB
NIP. 199312072022032015

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Yuniar Wardani
NPM	: 22042010076
Program	: Sarjana (S1)
Program Studi	: Administrasi Bisnis
Fakultas	: Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi 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, 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, 20 Juli 2026
Yang Membuat Pernyataan




Yuniar Wardani
NPM. 22042010076

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Customer Engagement* dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen D’coffee Cup Gunung Anyar Surabaya)”.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Sumainah Fauziah, S.AB., M.AB. sebagai dosen pembimbing utama yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, wejangan serta semangat kepada penulis. Selain itu, penulis juga mendapatkan sebuah bantuan dari berbagai orang, baik berwujud materil, moril, dan spritual. Dengan itu penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis sadar bahwasanya dalam penyusunan proposal skripsi ini masih terdapat banyak sekali kekurangan. Pentingnya saran dan kritik dari berbagai pihak yang penulis harapkan agar penulisan dalam proposal ini bisa menjadikanya sempurna. Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis serta keterbatasan penulis miliki,

harapanya semoga proposal skripsi ini memberikan dampak positif bagi para pembaca dan pihak-pihak lainya yang memiliki kepentingan.

Surabaya, 6 Juni 2026

Yuniar Wardani

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Pemasaran.....	18
2.2.2 Keputusan Pelanggan	21
2.2.3 <i>Customer Engagement</i>	23
2.2.4 <i>Store Atmosphere</i>	29
2.2.5 Keputusan Pembelian	34
2.3 Hubungan Antar Variabel	41
2.3.1 Hubungann <i>Customer Engagement</i> dengan Keputusan Pembelian	41
2.3.2 Hubungan <i>Store Atmosphere</i> dengan Keputusan Pembelian .	43
2.4 Kerangka Berpikir	44
2.5 Hipotesis.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Jenis Penelitian.....	46
3.2 Lokasi Penelitian	46
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	47

3.3.1	Definisi Operasional.....	47
3.3.2	Pengukuran Variabel	53
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	54
3.4.1	Populasi	54
3.4.2	Sampel	55
3.4.3	Teknik Penarikan Sampel.....	56
3.5	Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.5.1	Jenis Data	57
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data	57
3.6	Teknik Analisis Data	59
3.6.1	Uji Validitas	59
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	60
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	61
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
3.7	Waktu Penelitian	69
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		71
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	71
4.1.1	Sejarah Singkat D'coffee Cup Gunung Anyar Surabaya	71
4.2	Visi, Misi, dan Struktur Organisasi.....	73
4.2.1	Visi	73
4.2.2	Misi.....	73
4.2.3	Struktur Organisasi D'coffee Cup Gunung Anyar Surabaya .	73
4.3	Karakteristik Responden	78
4.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	78
4.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	79
4.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	79
4.3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan	80
4.4	Analisis Statistik Deskripsi Variabel.....	80
4.4.1	Deskripsi Variabel <i>Customer Engagement</i>	82
4.4.2	Deskripsi Variabel <i>Store Atmosphere</i>	84
4.4.3	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	86
4.5	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	88
4.5.1	Hasil Uji Validitas	88
4.5.2	Hasil Uji Reliabilitas	89
4.5.3	Uji Asumsi Klasik	90
4.5.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	93
4.5.5	Uji Hipotesis.....	95

4.6 Pembahasan.....	98
4.6.1 Pengaruh <i>Customer Engagement</i> dan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	98
4.6.2 Pengaruh <i>Customer Engagement</i> Terhadap Keputusan Pembelian	100
4.6.3 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	102
4.7 Matriks Penelitian	104
BAB V PENUTUP.....	108
5.1 Kesimpulan	108
5.2 Saran	109
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN.....	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produksi Perkebunan Kopi Indonesia Menurut Status Pengusahaan (000 ton), 2021-2023	2
Gambar 1.2 Rating Google Riview Cafe Gunung Anyar Terbaru Tahun 2026	7
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	45
Gambar 3.1 Kurva Uji Simultan (F)	66
Gambar 3.2 Kurva Uji t (Parsial)	68
Gambar 4.1 Struktur Organisasi D'Coffee Cup Gunung Anyar Surabaya	74
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Kurva P-P Plot	90
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan D'coffe Cup Gunung Anyar Surabaya.....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	50
Tabel 3.2 Skala Likert	53
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	80
Tabel 4.5 Dasar Interpretasi Skor Item Variabel Penelitian	81
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Item Variabel <i>Customer Engagement</i> (X1).....	82
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Item Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X2)	84
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Item Variabel Keputusan Pembelian (Y)	86
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	88
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	89
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	91
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	92
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	93
Tabel 4.14 Hasil Uji F	95
Tabel 4.15 Hasil Uji t	96
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Item Pernyataan Kuesioner	116
Lampiran II Tabulasi Data.....	118
Lampiran III Hasil Uji Validitas	131
Lampiran IV Hasil Uji Reliabilitas	132
Lampiran V Hasil Uji Normalitas	133
Lampiran VI Hasil Multikolinearitas	134
Lampiran VII Hasil Uji Heteroskedastisitas	134
Lampiran VIII Hasil Analisis Regresi Berganda.....	135
Lampiran IX Hasil Uji f.....	135
Lampiran X Hasil Uji t.....	135
Lampiran XI Hasil Uji Koefisiensi Determinasi R^2	135
Lampiran XII Mean Variabel	136

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh simultan dan parsial antara customer engagement dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen di D'Coffee Cup Gunung Anyar Surabaya, sebuah kedai kopi yang mengalami tren penjualan yang menurun serta rating pelanggan yang relatif rendah dibandingkan dengan kompetitor di area yang sama. Pendekatan kuantitatif asosiatif diterapkan dengan menggunakan metode survei, di mana data primer dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert yang disebarakan kepada konsumen yang ditentukan melalui rumus Slovin, dengan teknik pengambilan sampel non-probability purposive sampling. Data yang terkumpul diuji validitasnya menggunakan korelasi Pearson product-moment dan diuji reliabilitasnya menggunakan Cronbach's Alpha, kemudian dianalisis lebih lanjut melalui uji asumsi klasik dan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa customer engagement dan store atmosphere secara simultan maupun parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, dan pembahasan menegaskan bahwa temuan ini konsisten dengan penelitian-penelitian sebelumnya mengenai store atmosphere dan customer engagement dalam industri kedai kopi.

Kata Kunci: Customer Engagement; Store Atmosphere; Purchase Decision; Coffee Shop

ABSTRACT

This study aims to analyze the simultaneous and partial effects of customer engagement and store atmosphere on the purchase decisions of consumers at D'Coffee Cup Gunung Anyar Surabaya, a coffee shop facing a declining sales trend and a relatively low customer rating compared to competitors in the same area. A quantitative associative approach was applied using a survey method, with primary data collected through a Likert-scale questionnaire distributed to consumers determined through the Slovin formula, selected using non-probability purposive sampling. The collected data were tested for validity using Pearson product-moment correlation and for reliability using Cronbach's Alpha, and were further analyzed through classical assumption tests and multiple linear regression with the aid of SPSS. The results show that customer engagement and store atmosphere simultaneously and partially have a significant positive effect on purchase decision, and the discussion confirms that these findings are consistent with previous studies on store atmosphere and customer engagement in the coffee shop industry.

Keywords: Customer Engagement; Store Atmosphere; Purchase Decision; Coffee Shop