



**UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA**

SKRIPSI

**Pengaruh *Brand Awareness*, *Store Atmosphere*, dan
Word of Mouth terhadap Minat Beli Ulang pada House Of
Dorkas Cafe Sidoarjo**

**Fathur Dimassetyo Bahari
181500230**

**Dosen Pembimbing
I Made Bagus Dwiarta, SE, MM.**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2022**

**PENGARUH *BRAND AWARENESS, STORE
ATMOSPHERE, DAN WORD OF MOUTH*
TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA HOUSE
OF DORKAS CAFE SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

**FATHUR DIMASSETYO BAHARI
181500230**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Awareness*,
Store Atmosphere, dan *Word of*
Mouth terhadap Minat Beli
Ulang pada House of Dorkas
Cafe

Identitas Mahasiswa

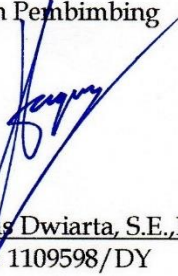
- a. Nama : Fathur Dimassetyo Bahari
- b. NIM : 181500230
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Skripsi ini telah di setujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji:

Tanggal 5 April 2022

Mengetahui

Dosen Pembimbing



I Made Bagus Dwiarta, S.E.,M.M.
NIP. 1109598/DY

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Awareness, Store Atmosphere, dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Ulang pada House of Dorkas Cafe

Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Fathur Dimassetyo Bahari
b. NIM : 181500230
c. Program Studi : Manajemen
d. Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
e. Alamat e-mail : fathurdimas9@gmail.com

Surabaya, 19 Mei 2022

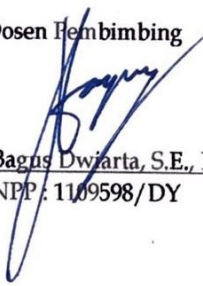
Mengetahui,
Ketua Program Studi



I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.
NPP: 1109598/DY



Dosen Pembimbing



I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.
NPP: 1109598/DY

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Tony Susilo Wibowo, SE., M.Pd., M.SM
NPP: 0709494/DY



BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Penelitian Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya:

Hari : Kamis

Tanggal : 28 April

Tahun : 2022

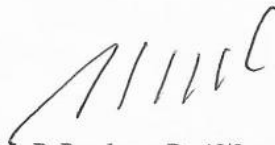
Penguji I,



Dr. Moh. Afrizal Miradji, S.E., AK., M.SA, CA, ACPA

NPP : 1509745/DY

Penguji II,



Drs. R. Bambang Dwi Waryanto, S.E., M.M

NPP : 195605291983091001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

- a. Nama : Fathur Dimassetyo Bahari
- b. NIM : 181500230
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul "*Pengaruh Brand Awareness, Store Atmosphere, dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Ulang pada House of Dorkas Cafe Sidoarjo*" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2022 bersifat original.

Bilamana kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya 24 Mei 2022



Fathur Dimassetyo Bahari
Nim: 181500230

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga mampu menyelesaikan ini dengan tepat waktu. Dengan judul skripsi "**Pengaruh *Brand Awareness, Store Atmosphere, dan Word of Mouth* terhadap Minat Beli Ulang pada House of Dorkas Cafe**".

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, bimbingan dan dukungan dari pihak lain. Sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. M. Subandowo M.S selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Bapak Toni Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.S.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, sekaligus sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberi mimbingan, pengarahan, dan koreksi serta membantu selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
4. Bapak dan Ibu Dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah membekali ilmu pengetahuan dan wawasan kepada penulis selama berada pada bangku kuliah.
5. Mas Risky Asmawijaya Kurniawan sebagai PIC (Leader) di House of Dorkas Cafe yang sudah memberikan ijin untuk melakukan penelitian.

6. Orang tua yang sudah memberikan motivasi serta nasihat yang terbaik.
7. Teman-teman Himpunan Mahasiswa Program Studi Manajemen yang telah memberikan support selama pengerjaan skripsi ini hingga selesai.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, berbagai saran dan kritik yang membangun dari semua pihak akan diterima sebagai masukan. Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak diatas mendapat imbalan yang sepadan dari Tuhan Yang Maha Esa dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Amin.

Surabaya, 22 April 2022

Penulis

MOTTO

“Focus on yourself, trust and enjoy the process”

~ Fathur Dimassetyo Bahari~

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk membuktikan, menguji, dan juga mengetahui pengaruh *brand awareness*, *store atmosphere*, dan *word of mouth* terhadap minat beli ulang pada House of Dorkas Cafe. Populasi pada penelitian ini merupakan konsumen House of Dorkas Cafe, dengan sampel 170 responden. Metode analisis yang dipergunakan adalah *accidental sampling*. Studi ini menunjukkan jika *brand awareness*, *store atmosphere*, dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat beli ulang pada House of Dorkas Cafe.

Kata kunci: *Brand Awareness*, *Store Atmosphere*, dan *Word of Mouth*

ABSTRACT

This study aims to prove, test, and also find out the effect of brand awareness, store atmosphere, and word of mouth on repurchase interest at the House of Dorkas Cafe. Population in this study is the consumer of the House of Dorkas Cafe with a sample of 170 respondents. The analysis method used is accidental sampling. Result of this research show that brand awareness, store atmosphere, and word of mouth have a positive affect and significant by simultaneously to repurchase interest on House of Dorkas Cafe.

Keywords: *Brand Awareness, Store Atmosphere, dan Word of Mouth*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7

BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Grand Teori	18
2.2.2 Pemasaran	19
2.2.3 Manajemen Pemasaran	20
2.2.4 Perilaku Konsumen	21
2.2.5 <i>Brand Awareness</i>	24
2.2.6 <i>Store Atmosphere</i>	26
2.2.7 <i>Word Of Mouth</i>	29

2.2.8	Minat Beli Ulang	31
2.2.9	Hubungan Antar Variabel	33
2.3	Kerangka Konseptual	34
2.4	Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Rancangan Penelitian	39
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	41
3.3	Jenis dan Sumber Data	42
3.4	Teknik Pengumpulan Data	43
3.5	Variabel Penelitian Definisi Operasional Variabel	45
3.6	Teknik Analisis data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum	53
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	53
4.3	Analisis Data Penelitian	59
4.4	Pembahasan	71
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan	75
5.2	Saran	76
DAFTAR PUSTAKA		78