



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA

SKRIPSI

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, INOVASI
PRODUK, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFE
SENEWEN TIME SURABAYA**

Nabilah Khoirun Nisa'
191500195

Dosen Pembimbing
Dra.Christina Menuk Srihandayani,S.E,M.M.

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2023

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, INOVASI
PRODUK, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFE
SENEWEN TIME SURABAYA**

SKRIPSI

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

NABILAH KHOIRUN NISA'
NIM : 191500195

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Store Atmosphere*,
Inovasi Produk, Dan *Electronic
Word Of Mouth* Terhadap
Keputusan Pembelian Pada Cafe
Senewen Time Surabaya


Identitas Mahasiswa

- a. Nama Mahasiswa : Nabilah Khoirun Nisa'
- b. NIM : 191500195
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Universitas
PGRI Adi Buana Surabaya

Skripsi ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing dan layak
untuk diuji :

Tanggal : 15 Maret 2023

Dosen Pembimbing,



Dra.Christina Menuk Srihandayani, S.E, M.M.

NIP:195808081982082001

HALAMAN PENGESAHAN

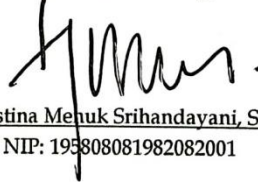
Judul Skripsi : Pengaruh *Store Atmosphere*, Inovasi Produk,
Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap
Keputusan Pembelian Pada Cafe Senewen
Time Surabaya

Identitas Mahasiswa

Nama : Nabilah Khoirun Nisa'
NIM : 191500195
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Alamat e-mail : nabilahnisa02@gmail.com

Surabaya, 11 April 2023

Dosen Pembimbing,



Menyetujui,
Ketua Program Studi,

I Made Sasus Dwiarta, S.E., M.M
NIP: 1959598/DY

Dra. Christina Menek Srihandayani, S.E., M.M
NIP: 195808081982082001



Menyetujui,
Dekan

Lontong Sihit Wiboso, S.E., M.Pd., M.SM
NIP: 0709494/DY

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

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

Nama : Nabilah Khoirun Nisa'
NIM : 191500195
Judul Skripsi : Pengaruh Store Atmosphere, Inovasi Produk, dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Senewen Time Surabaya
Hari : Jumat
Tanggal : 31 Maret
Tahun : 2023

Penguji I



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

Penguji II



Siti Samsiyah, S.E., M.M.
NPP : 1511749/DY

KATA PENGANTAR

AlhamdulillahRobbil'alamiin, puji syukur Penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Store Atmosphere, Inovasi Produk, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Senewen Time Surabaya”**.

Selama proses penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini, Penulis banyak mendapat motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Hartono, M.Si. selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Bapak Tony Susilo Wibowo, S.E.,M.Pd.,M.SM 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.
4. Ibu Dra.Christina Menuk Srihandayani, S.E.,M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan koreksi dan membantu selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada Penulis.
6. Ibu Pradiba Arienta E., S.E. selaku Manajer Cafe Senewen Time Surabaya beserta seluruh pegawai Cafe Senewen Time Surabaya yang telah memberikan ijin untuk

melakukan penelitian dan banyak membantu dalam proses pengumpulan data.

7. Orang tua Saya. Ayah Samat, Ibu Rupi'ah, dan Nenek Tangsi tercinta, serta Adik Nur Ainiyyah terkasih yang senantiasa memberikan kasih sayang, motivasi, semangat, perhatian serta dukungan moral juga materil yang penuh dengan ketulusan.
8. Tak lupa kepada seluruh rekan-rekan dan semua pihak yang turut membantu jalannya proses penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu Penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat Penulis harapkan. Akhirnya Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi Pembaca.

Surabaya, 6 Maret 2023



Nabilah Khoirun Nisa'

NIM: 191500195

MOTTO

“ Jika Kamu melangkah mungkin ada hasil, mungkin tidak ada hasil. Tetapi jika Kamu tidak melangkah, sudah pasti tidak ada hasil. Takut kalah, takut gagal, sama artinya dengan takut menang. Karena ketakutan itu yang membuat Kita tidak melangkah, tidak bergerak, jadi apa yang mau Kita menangkan?. Maka dari itu tetapkan candimu, dan bangun batu demi batu, dan susun apa yang menjadi tujuanmu.

Better to move even small thing, than stay without nothing “

“ Orang lain tidak perlu tau tujuanmu, mereka juga tidak terlalu peduli tentang hal itu. Privat saja prosesmu, karena sebuah kejutan lebih menarik daripada perencanaan. ”

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nabilah Khoirun Nisa'
NIM : 191500195
Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
PGRI Adi Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) Saya dengan judul: "Pengaruh *Store Atmosphere*, Inovasi Produk, Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Senewen Time Surabaya" yang Saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2022/2023 bersifat original.

Bilamana di 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, 15 Maret 2023

Mahasiswa,

METERAI
TEMPEL

Nabilah Khoirun Nisa'

4AKX350938180

NIM : 191500195



DAFTAR ISI

COVER	
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
MOTTO	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.3.1. Tujuan Umum	8
1.3.2. Tujuan Khusus.....	8
1.4. Manfaat Penelitian	9

BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.2. Landasan Teori	21
2.2.1. Pemasaran.....	21
2.2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	21
2.2.2. Manajemen Pemasaran	22
2.2.2.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	22
2.2.2.2. Tugas Manajemen Pemasaran.....	23
2.2.3. Perilaku Konsumen	24
2.2.3.1. Pengertian Perilaku Konsumen	24
2.2.3.2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.	25
2.2.4. <i>Store Atmosphere</i>	25
2.2.4.1. Pengertian Store Atmosphere	25
2.2.4.2. Tujuan Store Atmosphere.....	26
2.2.4.3. Elemen Store Atmosphere	26
2.2.4.4. Indikator Store Atmosphere	27
2.2.5. Inovasi Produk	28
2.2.5.1. Pengertian Inovasi Produk	28
2.2.5.2. Jenis-Jenis Inovasi Produk	29
2.2.5.3. Faktor-faktor Mempengaruhi Inovasi Produk	29
2.2.5.4. Tipe Inovasi Produk	29
2.2.5.5. Indikator Inovasi Produk.....	30

2.2.6. <i>Electronic Word Of Mouth</i>	31
2.2.6.1. Pengertian Electronic Word Of Mouth.....	31
2.2.6.2. Fungsi Electronic Word Of Mouth (e-WOM)	32
2.2.6.3. Indikator Electronic Word Of Mouth (e-WOM).....	32
2.2.7. Keputusan Pembelian.....	33
2.2.7.1. Pengertian Keputusan Pembelian	33
2.2.7.2. Proses Keputusan Pembelian.....	34
2.2.7.3. Indikator Keputusan Pembelian Kotler	35
2.3. Kerangka Konseptual	35
2.4. Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1. Rancangan Penelitian	41
3.2. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	44
3.2.1. Populasi.....	44
3.2.2. Sampel	44
3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	45
3.3. Jenis dan Sumber Data	46
3.3.1. Jenis Data.....	46
3.3.2. Sumber Data	47
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.4.1. Metode Pengumpulan Data	48
3.4.2. Prosedur Penelitian.....	49

3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel ...	50
3.5.1. Variabel Penelitian.....	50
3.5.2. Definisi Operasional Variabel	51
3.5.2.1. Store Atmosphere (X_1).....	51
3.5.2.2. Inovasi Produk (X_2).....	52
3.5.2.3. Electronic Word Of Mouth (X_3).....	52
3.5.2.4. Keputusan Pembelian (Y)	53
3.6. Teknik Analisis Data.....	54
3.6.1. Uji Instrumen Penelitian	54
3.6.1.1. Uji Validitas	54
3.6.1.2. Uji Reliabilitas.....	55
3.6.2. Uji Asumsi Klasik.....	55
3.6.2.1. Uji Normalitas	55
3.6.2.2. Uji Multikolinieritas.....	56
3.6.2.3. Uji Heteroskedastisitas.....	56
3.6.2.4. Uji Autokorelasi	57
3.6.3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
3.6.4. Uji Determinan	58
3.6.5. Uji Hipotesis	59
3.6.5.1. Uji t.....	59
3.6.5.2. Uji F	60

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1. Hasil Penelitian.....	61
4.1.1. Sejarah Perusahaan.....	61
4.1.2. Struktur Organisasi dan Job Deskripsi	62
4.2. Gambaran Umum Responden.....	65
4.3. Deskripsi Hasil Penelitian.....	70
4.4. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	81
4.5. Uji Asumsi Klasik.....	84
4.6. Analisis Regresi Linier Berganda.....	90
4.7. Uji Hipotesis.....	97
4.8. Pembahasan Hasil Penelitian	101
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	109
5.1. Simpulan.....	109
5.2. Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA.....	113
LAMPIRAN - LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Data Volume Penjualan	3
3.1 Bobot Penilaian Skala Likert	49
4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	67
4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
4.4 Berapa Kali Responden Melakukan Pembelian	69
4.5 Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X_1)	71
4.6 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Inovasi Produk (X_2).....	73
4.7 Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X_3)	76
4.8 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y_1).....	79
4.9 Hasil Uji Validitas.....	81
4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	84
4.11 Hasil Uji Normalitas	85
4.12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	86
4.13 Hasil Uji Autokorelasi.....	89
4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	91
4.15 Hasil Uji Determinan	95
4.16 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	96
4.17 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi.....	96
4.18 Hasil Uji-t (Parsial)	98
4.19 Hasil Uji-F (Simultan)	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	25
2.2 Tahapan Proses Keputusan Pembelian	34
2.3 Kerangka Konseptual	36
3.1 Rancangan Penelitian.....	43
4.1 Struktur Organisasi Cafe Senewen Time Surabaya.....	63
4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	88

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Keterangan Ijin Penelitian
- Lampiran 2 : Surat Balasan Ijin Penelitian
- Lampiran 3 : Lembar Persetujuan Proposal Skripsi
- Lampiran 4 : Berita Acara Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 5 : Catatan Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 6 : Surat Pengantar Plagiasi
- Lampiran 7 : Surat Pernyataan Bebas Plagiasi
- Lampiran 8 : Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 9 : Berita Acara Ujian Skripsi
- Lampiran 10 : Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi
- Lampiran 11 : Matriks Penelitian
- Lampiran 12 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 13 : Gambaran Umum Responden
- Lampiran 14 : Distribusi Frekuensi Jawaban
- Lampiran 15 : Tabulasi Data Jawaban Responden
- Lampiran 16 : Hasil Uji Instrumen Penelitian
- Lampiran 17 : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 18 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 19 : Hasil Uji Hipotesis