



UNIVERSITAS  
PGRI ADI BUANA  
SURABAYA

SKRIPSI

**Pengaruh *Experiential Marketing*, *Store Atmosphere*, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Sambelan Cak Muk Prambon**

Wahyu Songo Songo  
181500137

DosenPembimbing  
Tri Ari Prabowo, S.E ., M.Si

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2022



**PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, STORE  
ATMOSPHERE, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARUNG SAMBELAN  
CAK MUK PRAMBON**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen (SM)  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI AdiBuana Surabaya

**WAHYU SONGO SONGO  
NIM : 181500137**

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

## **LEMBAR PERSETUJUAN**

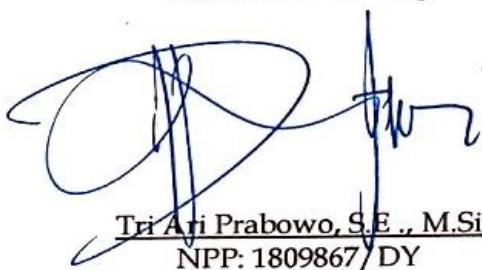
Judul Skripsi : Pengaruh Experiential Marketing Word Of Keputusan sambelan store Atmosphere, Dan Mouth Terhadap Pembelian Pada warung Cak Muk Prambon

### **Identitas Mahasiswa**

- a. Nama : Wahyu Songo Songo
- b. NIM : 181500137
- c. Program Studi : Manajemen F 2018
- d. Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

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

Mengetahui  
Dosen Pembimbing



Tri Ari Prabowo, S.E., M.Si  
NPP: 1809867/DY

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi

: Pengaruh *Experiential Marketing, Store Atmosphere, Dan Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Sambelan Cak Muk Prambon

Fakultas

: Ekonomi Dan Bisnis

Program Studi

: Manajemen

Nama

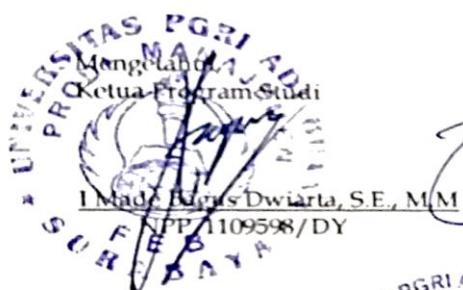
: Wahyu Songo Songo

Nim

: 181500137

Email

: Wahyusongo580@gmail.com



Surabaya, 16 Mei 2022

Dosen Pembimbing  
Tri Ani Prabowo, S.E., M.Si.  
NRP/NPP : 1809867/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:

Pada Hari : Jum'at  
Tanggal : 10 Juni  
Tahun : 2022

**Pengaji I**



**Fauziyah, S.Si, M.Si.**  
**NPP: 8602112/DY**

**Pengaji II**



**Dra. Martha Suhardiyah, SE, M.AK**  
**NPP: 1504721/DY**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Wahyu Songo Songo  
NIM : 181500137  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul "Pengaruh Experiential Marketing, Store Atmosphere, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Sambelan Cak Muk Prambon" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu untuk memperoleh gelar sarjana (S.M) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2021-2022 bersifat original.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian 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 sebenar-benarnya

Surabaya, 14 Agustus 2022

Mahasiswa

  
  
Wahyu Songo Songo  
NIM:181500137

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil' alamiin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala limpahkan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **Pengaruh Experiential Marketing, Store Atmosphere, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Sambelan Cak Muk Prambon.**

Selama proses penulisan ini hingga terselesaiannya skripsi ini, penulis ini banyak mendapat motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Marianus Subandowo, M.S. sebagai Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Bapak Tony Susilo Wibowo, S.E, M.Pd., MSM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. I Made Bagus Dwiarta, SE., M.M selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Bapak Tri Ari Prabowo, S.E ,. M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan memebrikan koreksi selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak H. Abdul Mukti selaku General Manager di Warung Sambelan Cak Muk.
6. Kedua orang tua serta keluarga besar yang telah memberikan doa dan support selama penulisan penelitian ini selesai.
7. Dan seluruh teman-teman yang selalu memberi masukan, dan suntikan semangat kepada saya, serta

membantu menyelesaikan proses penulisan proposal ini.

8. Keluarga Cemara yang selalu bekerja bersama-sama demi menyelesaikan skripsi ini.

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

Surabaya, 16 Mei 2022

Penulis

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas takdirmu sayab dapat menyelesaikan skripsi sebagai tugas akhir saya dengan tepat waktu.

karya ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, untuk ayah dan ibu saya yang telah mendidik, serta memberikan kasih sayang serta doa yang selalu dipanjatkan demi kelancaran dan kesuksesan saya.

Tidak lupa ucapan hormat dan terima kasih sebesar-besarnya saya ucapkan kepada jajaran Bapak/Ibu dosen beserta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan saya selama ini dalam penyusunan skripsi yang telah saya buat.

Ucapan terima kasih juga saya ucapkan untuk teman-teman Manajemen F 2018 terutama teman-teman dekat saya (Keluarga Cemara) dan teman-teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas semua perhatian dan kenangan yang telah diberikan.

## MOTTO

**“Jangan Pernah Berhenti Untuk Bermimpi Karena Mimpi  
Yang Paling Indah Adalah Mimpi-Mimpi Kita Yang  
Terwujud”**

**-Wahyu Songo Songo-**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI .....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
MOTTO .....	ix
ABSTRAK .....	x
ABSTRACT .....	xi
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Penelitian .....	5
1.3 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	7
2.1 PenelitianTerdahulu .....	7
2.2. Landasan Teori.....	14
2.2.1. Pemasaran .....	14
2.2.2. Manajemen Pemasaran .....	15
2.2.3. Experiential Marketing.....	16
2.2.4. Store Atmosphere .....	19
2.2.5. Word Of Mouth .....	21
2.2.6. Keputusan Pembelian.....	23
2.3. Kerangka Konseptual.....	27

2.4. Hipotesis Penelitian.....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Rancangan Penelitian.....	33
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	36
3.2.1 Populasi .....	36
3.2.2 Sampel.....	36
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	37
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	37
3.3.1 Jenis Data .....	37
3.3.2 Sumber data .....	38
3.4 Teknik Pengambilan Data .....	39
3.4.1 Prosedur Pengumpulan Data .....	39
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.4.3 Lokasi Penelitian.....	40
3.4.4 Waktu Penelitian .....	40
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	41
3.5.1 Variabel Penelitian .....	41
3.5.2 Definisi Operasional Variabel .....	41
3.6 Teknik Analisis Data .....	49
3.6.1 Instrumen Pengujian Penelitian .....	49
3.6.2 Pengujian Asumsi Klasik.....	50
3.6.3 Analisa Regresi Linear Berganda .....	51
3.6.4 Pengujian Hipotesis .....	52
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
4.1 penyajian Data Penelitian .....	55
4.1.1 sejarah Dan Gambaran Umum.....	55
4.2 Frekuensi Variabel .....	57
4.2.1 Experiential Marketing.....	58
4.2.2 Store Atmosphere.....	59
4.2.3 Word Of Mouth.....	60

4.2.4 keputusan Pembelian .....	61
4.3 Uji Instrumen .....	62
4.3.1 Uji Validitas.....	62
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	64
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	65
4.4.1 Uji Normalitas .....	65
4.4.2 Uji Multikolinearitas .....	66
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	67
4.4.2 Uji Autokorelasi.....	68
4.5 Regresi Linier Berganda .....	69
4.6 Uji Hipotesis.....	71
4.6.1 Uji t .....	71
4.6.2 Uji F .....	73
4.7 Pembahasan .....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	77
5.1 Kesimpulan .....	77
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA .....	81

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3.2 Skala Likert.....	40
Tabel 4.1 Skala Likert.....	57
Tabel 4.2 Frekuensi Jawaban Responden Variabel ExperientialMarketing.....	58
Tabel 4.3 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Store Atmosphere.....	59
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Word Of Mouth.....	60
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	61
Tabel 4.6 Uji Validitas.....	62
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 4.8 Uji Normalitas.....	66
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas.....	67
Tabel 4.10 Uji Autokorelasi.....	69
Tabel 4.11 Uji Regresi Linier Berganda.....	70
Tabel 4.12 Uji T .....	72
Tabel 4.13 Uji F.....	73

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 proses keputusan pembelian.....	24
Gambar 2.2 kerangka konseptual.....	27
Gambar 3.1 rancangan penelitian.....	35
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas.....	68

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 surat ijin penelitian
- Lampiran 2 Surat Balasan Izin Penelitian
- Lampiran 3 Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 4 Berita Acara Ujian Proposal
- Lampiran 5 Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi
- Lampiran 6 Kuisioner Penelitian
- Lampiran 7 Tabulasi Experiential Marketing
- Lampiran 8 Tabulasi Store Atmosphere
- Lampiran 9 Tabulasi word Of Mouth
- Lampiran 10 Tabulasi Keputusan pembelian
- Lampiran 11 Tabel Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 12 Uji Validitas
- Lampiran 13 Uji Reliabilitas
- Lampiran 14 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 15 Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 16 Halaman Persetujuan
- Lampiran 17 Surat Pernyataan Bebas Plagiasi