

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah Mengetahui pengaruh Pengaruh Produk, Testimoni dan Store Atmosphere secara simultan Terhadap Minat Beli Ulang di kafe Warunk Upnormal Gresik. jumlah ada 105 orang. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sampel *non probability* dengan teknik *incidental sampling*. Analisis data menggunakan beberapa pengujian yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan uji-t dan uji-f. Hasil pengujian diperoleh hasil bahwa Produk, Testimoni dan *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang di Kafe Warunk Upnormal Gresik. Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji-t dan uji-F diperoleh nilai signifikan sebesar $< 0,05$. Dimana hasil tersebut menunjukkan terdapat pengaruh signifikan, Sehingga hipotesis dapat diterima dan terbukti kebenarannya.

Kata kunci : Produk, Testimoni, Store Atmosphere dan minat beli ulang

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of the simultaneous influence of Product, Testimony and Store Atmosphere on Repurchase Interest at Gresik Warunk Upnormal Cafe. Sample there are 105 people. In this study, researchers used non-probability samples with incidental sampling techniques. Data analysis used several tests, namely validity test, reliability test. The test results obtained the results that the Product, Testimonials and Store Atmosphere a positive and significant effect on Repurchase Interest in Wares Upnormal Gresik Cafe. The results of testing the hypothesis using the t-test and F-test obtained a significant value of <0.05 . Where these results indicate there is a significant influence, so the hypothesis can be accepted and proven true.

Keywords: Products, Testimonials, Store Atmosphere and repurchase interest.

DAFTAR ISI

Cover	i
Lembar Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Berita Acara Ujian Skripsi	iv
Surat Pernyataan Keaslian	v
Kata Pengantar	vi
Abstrak	viii
Abstract	ix
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	18
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	18
2.2.1.2 Konsep Pemasaran	20
2.2.1.3 Bauran Pemasaran	20
2.2.2 Produk	23
2.2.2.1 Pengertian Produk	23
2.2.2.2 Dimensi Kualitas Produk	24
2.2.2.3 Indikator Produk	26

2.2.3	Testimoni	26
2.2.3.1	Pengertian Testimoni	26
2.2.3.2	Keunggulan Testimoni	29
2.2.3.3	Indikator Testimoni	30
2.2.4	Store Atmosphere	31
2.2.4.1	Pengertian Store Atmosphere	31
2.2.4.2	Tujuan Store Atmosphere	32
2.2.4.3	Elemen-elemen Store Atmosphere	33
2.2.4.4	Indikator Store Atmosphere.....	35
2.2.5	Minat Beli	35
2.2.5.1	Pengertian Minat Beli	35
2.2.5.2	Dimensi Minat Beli	39
2.2.5.3	Indikator Minat Beli	40
2.3	Kerangka Konseptual	40
2.4	Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Rancangan Penelitian	43
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	45
3.2.1	Populasi	45
3.2.2	Sampel	45
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel	46
3.3	Jenis dan Sumber Data	47
3.3.1	Jenis Data	47
3.3.2	Sumber Data	48
3.4	Teknik Pengumpulan Data	48
3.4.1	Prosedur Pengambilan Data	48
3.4.2	Alat Pengumpulan Data	49
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	51
3.5.1	Variabel Penelitian	51

3.5.2	Definisi Operasional Variabel	52
3.6	Teknik Analisis Data	54
3.6.1	Pengujian Instrumen Data	54
3.6.2	Pengujian Asumsi Klasik	56
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda	58
3.6.4	Pengujian Hipotesis	59
3.6.5	Koefisien Determinasi	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Penyajian Data Penelitian	63
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	63
4.1.2	Sejarah Perusahaan	63
4.1.3	Visi dan Misi	64
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	64
4.2.1	Karakteristik Responden	64
4.2.2	Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian	66
4.3	Hasil Analisis Data Penelitian	70
4.3.1	Pengujian Instrumen Penelitian	74
4.3.1.1	Hasil Pengujian Validitas	74
4.3.1.2	Hasil Pengujian Reliabilitas	76
4.3.2	Pengujian Asumsi Klasik	77
4.3.2.1	Hasil Pengujian Normalitas	77
4.3.2.2	Hasil Pengujian Multikolinearitas	78
4.3.2.3	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	79
4.3.2.4	Hasil Pengujian Autokorelasi	80
4.3.3	Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda	81
4.3.4	Koefisien Korelasi	83
4.3.5	Koefisien Determinasi	84
4.3.6	Pengujian Hipotesis	85
4.3.6.1	Uji - t (Parsial)	85
4.3.6.2	Uji - F (Simultan)	88
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	88

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan 93

5.2 Saran 94

Daftar Pustaka

Lampiran - Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

2.1 Studi Pendahuluan yang akan dilakukan	13
3.1 Skala Pengukuran Likert	46
4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.2 Karakteristik Berdasarkan Umur	60
4.3 Distribusi Frekuensi Variabel Produk	61
4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Testimoni	62
4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Store Atmosphere	63
4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli	64
4.7 Hasil Pengujian Validitas	65
4.8 Hasil Pengujian Reliabilitas	67
4.9 Hasil Pengujian Normalitas	68
4.10 Hasil Pengujian Multikolinearitas	69
4.11 Hasil Pengujian Autokorelasi	71
4.12 Hasil Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda	72
4.13 Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi	74
4.14 Interpretasi Koefisien Korelasi	74
4.15 Hasil Pengujian Hipotesis Uji - t	76
4.16 Hasil Pengujian Hipotesis Uji - F	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

2.1	Kerangka Konseptual	56
3.1	Rancangan Penelitian	40
4.3	Uji Heteroskedastisitas	70

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 : Surat Keterangan Balasan Penelitian
- Lampiran 3 : Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 4 : Berita Acara Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 5 : Surat Pengantar Plagiasi
- Lampiran 6 : Kuesioner
- Lampiran 7 : Tabulasi Data
- Lampiran 8 : Hasil Olah data SPSS
- Lampiran 9 : Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi