



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA

SKRIPSI

*Pengaruh Store Environment, Service Quality
dan Word of Mouth Terhadap Impulse Buying di
Kopi D'Jagongan Surabaya*

VINA APRILLIA

171500088

Dosen Pembimbing

I Made Bagus Dwiarta S.E., M.M

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2020

PENGARUH *STORE ENVIRONMENT*, *SERVICE QUALITY*
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP *IMPULSE BUYING*
DI KOPI D'JAGONGAN SURABAYA

SKRIPSI

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

VINA APRILLIA
NIM: 171500088

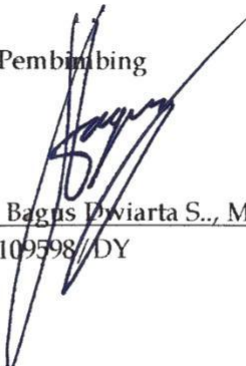
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA
SURABAYA 2021**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi ini disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji :

Tanggal : 14 Maret 2021

Dosen Pembimbing



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

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Store Environment, Service Quality* dan
Word of Mouth Terhadap *Impulse Buying* Di Kopi
D'jagongan Surabaya.

Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Vina Aprillia
b. Nim : 171500088
c. Program Studi : Manajemen
d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
e. Alamat e-mail : vinaaprillia1@gmail.com



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

Surabaya, 24 Maret 2021

Dosen Pembimbing

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



Irs. Agung Purwanto, M.M
NIR: 19601222 199003 1001

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

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

Hari : Rabu
Tanggal : 14 Maret
Tahun : 2021

Penguji I,



I Ketut Surabagita, Drs., S.E., M.M
NPP: 1701834/DY

Penguji II,



Widhayani Puri S.S.Sos.,MSM
NPP: 1507733/DY

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*Pengaruh Store Environment, Service Quality dan Word of Mouth Terhadap Impulse Buying di Kopi D’jagongan Surabaya*” dengan baik. Maka di kesempatan ini dengan penuh hormat, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Dr. Marianus Subandowo, M.S selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Drs. Teguh Purwanto, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. I Made Bagus Dwiarta S., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya sekaligus Dosen Pembimbing yang telah berusaha mengarahkan dan membimbing saya untuk menyelesaikan skripsi dengan sangat sabar dan memprioritaskan semua mahasiswa dengan sebaik-baiknya.
4. Bapak/Ibu dosen pengajar Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan.
5. Ibu Fera Hadriyanti selaku Pemilik Kafe D’jagongan Surabaya yang telah memberikan kesempatan tempat izin penelitian.
6. Kedua orang tua saya Bapak Ali, Ibu Dyah Puji Lestari dan Kakak saya Eva Oktaviana, serta seluruh keluarga besar yang dengan penuh cinta kasih telah memberikan doa, motivasi, biaya dan dukungan terhadap penulis sampai penelitian ini selesai.

7. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan selalu mensupport dalam penyusunan skripsi ini.
8. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, baik isi maupun susunannya mohon kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini dari semua pihak. Semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi penulis tetapi juga bagi para pembaca.

Surabaya, 24 Maret 2021

Vina Aprillia

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vina Aprillia
NIM : 171500088
Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana
Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul : “Pengaruh *Store Environment*, *Service Quality* dan *Word of Mouth* Terhadap *Impulse Buying* Di Kopi D’jagongan Surabaya” yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2020-2021 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, 24 Maret 2021
Mahasiswa,



VinaAprillia
NIM : 171500088

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Pengertian Pemasaran	18
2.2.2 Manajemen Pemasaran.....	19
2.2.3 Perilaku Konsumen.....	19
2.2.4 <i>Store Environment</i>	20
2.2.4.1 Definisi <i>Store Environment</i>	20
2.2.4.2 Dimensi <i>Store Environment</i>	21
2.2.5 <i>Service Quality</i>	24
2.2.5.1 Definisi <i>Service Quality</i>	24
2.2.5.2 Dimensi <i>Service Quality</i>	25
2.2.5.3 Sifat <i>Service Quality</i>	26

2.2.6	<i>Word of Mouth</i>	27
2.2.6.1	Definisi <i>Word of Mouth</i>	27
2.2.6.2	Dimensi <i>Word of Mouth</i>	27
2.2.6.3	Penciptaan <i>Word of Mouth</i>	29
2.2.7	<i>Impulse Buying</i>	30
2.2.7.1	Definisi <i>Impulse Buying</i>	30
2.2.7.2	Indikator <i>Impulse Buying</i>	31
2.2.7.3	Karakteristik <i>Impulse Buying</i>	32
2.3	Kerangka Konseptual	32
2.4	Hubungan Antar Variabel	35
2.4.1	Pengaruh <i>Store Environment</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> .	35
2.4.2	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	35
2.4.3	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	35
2.5	Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN		39
3.1	Rancangan Penelitian.....	39
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	41
3.2.1.	Populasi	41
3.2.2.	Sampel	41
3.2.3.	Teknik Pengambilan Sampel	42
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	42
3.3.1	Jenis Data	42
3.3.2	Sumber Data	43
3.4	Teknik Pengumpulan Data	43
3.4.1	Kuesioner	43
3.4.2	Prosedur Pengumpulan Data	44
3.4.3	Skala Pengukuran.....	45
3.4.4	Lokasi dan Jadwal Penelitian	45
3.4.4.1	Lokasi	45
3.4.4.2	Jadwal Penelitian	46
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	46
3.5.1	Variabel Bebas (<i>Variabel Independen</i>)	46

3.5.2 Variabel Terikat (<i>Variabel Dependen</i>).....	46
3.5.3 Definisi Operasional Variabel.....	46
3.5.3.1 <i>Store Environment</i>	46
3.5.3.1.1 Indikator <i>Store Environment</i>	47
3.5.3.2 <i>Service Quality</i>	47
3.5.3.2.1 Indikator <i>Service Quality</i>	47
3.5.3.3 <i>Word of Mouth</i>	47
3.5.3.3.1 Indikator <i>Word of Mouth</i>	47
3.5.3.4 <i>Impulse Buying</i>	48
3.5.3.4.1 Indikator <i>Impulse Buying</i>	48
3.6 Teknik Analisis Data	48
3.6.1 Penguji Instrumen Penelitian	48
3.6.1.1 Uji Validitas	48
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	49
3.6.2 Pengujian Asumsi Klasik	50
3.6.2.1 Uji Normalitas.....	50
3.6.2.2 Uji Multikolinieritas	50
3.6.2.3 Uji Autokorelasi.....	50
3.6.2.4 Uji Heteroskedastisitas	50
3.6.3 Analisa regresi Linier Berganda.....	51
3.6.4 Pengujian Hipotesis	51
3.6.4.1 Uji t	51
3.6.4.2 Uji F	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
4.1.1 Sejarah Berdirinya Kopi D'jagongan Surabaya ..	55
4.1.2 Identitas Badan Usaha	56
4.1.3 Struktur Organisaasi	56
4.1.4 Job Deskripsi	57
4.2 Gambaran Umum Responden.....	59
4.2.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59

4.2.2 Data Responden Berdasarkan Usia	60
4.2.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian.....	61
4.3.1 Penilaian Responden Terhadap Butir Pernyataan.....	61
4.3.1.1 Variabel <i>Store Environment</i> (X1)	61
4.3.1.2 Variabel <i>Service Quality</i> (X2)	62
4.3.1.3 Variabel <i>Word of Mouth</i> (X3)	62
4.3.1.4 Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y).....	63
4.4 Analisis Data dan Hasil Penelitian.....	64
4.4.1 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	64
4.4.1.1 Uji Validitas	64
4.4.1.2 Uji Reliabilitas	66
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	67
4.4.2.1 Uji Normalitas	67
4.4.2.2 Uji Multikolinieritas	68
4.4.2.3 Uji Autokorelasi.....	69
4.4.2.4 Uji Heteroskedastisitas.....	70
4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
4.4.4 Uji Hipotesis.....	72
4.4.4.1 Uji t	72
4.4.4.2 Uji F	73
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
BAB V SIMPULA.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81

SIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Simpulan.....	79
5.2 Saran	

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Pengertian Pemasaran	18
2.2.2 Manajemen Pemasaran.....	19
2.2.3 Perilaku Konsumen.....	19
2.2.4 <i>Store Environment</i>	20
2.2.4.1 Definisi <i>Store Environment</i>	20
2.2.4.2 Dimensi <i>Store Environment</i>	21
2.2.5 <i>Service Quality</i>	24
2.2.5.1 Definisi <i>Service Quality</i>	24
2.2.5.2 Dimensi <i>Service Quality</i>	25
2.2.5.3 Sifat <i>Service Quality</i>	26

2.2.6	<i>Word of Mouth</i>	27
2.2.6.1	Definisi <i>Word of Mouth</i>	27
2.2.6.2	Dimensi <i>Word of Mouth</i>	27
2.2.6.3	Penciptaan <i>Word of Mouth</i>	29
2.2.7	<i>Impulse Buying</i>	30
2.2.7.1	Definisi <i>Impulse Buying</i>	30
2.2.7.2	Indikator <i>Impulse Buying</i>	31
2.2.7.3	Karakteristik <i>Impulse Buying</i>	32
2.3	Kerangka Konseptual	32
2.4	Hubungan Antar Variabel	35
2.4.1	Pengaruh <i>Store Environment</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> .	35
2.4.2	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	35
2.4.3	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	35
2.5	Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN		39
3.1	Rancangan Penelitian.....	39
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	41
3.2.1.	Populasi	41
3.2.2.	Sampel	41
3.2.3.	Teknik Pengambilan Sampel	42
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	42
3.3.1	Jenis Data	42
3.3.2	Sumber Data	43
3.4	Teknik Pengumpulan Data	43
3.4.1	Kuesioner	43
3.4.2	Prosedur Pengumpulan Data	44
3.4.3	Skala Pengukuran.....	45
3.4.4	Lokasi dan Jadwal Penelitian	45
3.4.4.1	Lokasi	45
3.4.4.2	Jadwal Penelitian	46
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	46
3.5.1	Variabel Bebas (<i>Variabel Independen</i>)	46

3.5.2 Variabel Terikat (<i>Variabel Dependen</i>).....	46
3.5.3 Definisi Operasional Variabel.....	46
3.5.3.1 <i>Store Environment</i>	46
3.5.3.1.1 Indikator <i>Store Environment</i>	47
3.5.3.2 <i>Service Quality</i>	47
3.5.3.2.1 Indikator <i>Service Quality</i>	47
3.5.3.3 <i>Word of Mouth</i>	47
3.5.3.3.1 Indikator <i>Word of Mouth</i>	47
3.5.3.4 <i>Impulse Buying</i>	48
3.5.3.4.1 Indikator <i>Impulse Buying</i>	48
3.6 Teknik Analisis Data	48
3.6.1 Penguji Instrumen Penelitian	48
3.6.1.1 Uji Validitas	48
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	49
3.6.2 Pengujian Asumsi Klasik	50
3.6.2.1 Uji Normalitas.....	50
3.6.2.2 Uji Multikolinieritas	50
3.6.2.3 Uji Autokorelasi.....	50
3.6.2.4 Uji Heteroskedastisitas	50
3.6.3 Analisa regresi Linier Berganda.....	51
3.6.4 Pengujian Hipotesis	51
3.6.4.1 Uji t	51
3.6.4.2 Uji F	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
4.1.1 Sejarah Berdirinya Kopi D'jagongan Surabaya ..	55
4.1.2 Identitas Badan Usaha	56
4.1.3 Struktur Organisaasi	56
4.1.4 Job Deskripsi	57
4.2 Gambaran Umum Responden.....	59
4.2.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59

4.2.2 Data Responden Berdasarkan Usia	60
4.2.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian.....	61
4.3.1 Penilaian Responden Terhadap Butir Pernyataan.....	61
4.3.1.1 Variabel <i>Store Environment</i> (X1)	61
4.3.1.2 Variabel <i>Service Quality</i> (X2)	62
4.3.1.3 Variabel <i>Word of Mouth</i> (X3)	62
4.3.1.4 Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y).....	63
4.4 Analisis Data dan Hasil Penelitian.....	64
4.4.1 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	64
4.4.1.1 Uji Validitas	64
4.4.1.2 Uji Reliabilitas	66
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	67
4.4.2.1 Uji Normalitas	67
4.4.2.2 Uji Multikolinieritas	68
4.4.2.3 Uji Autokorelasi.....	69
4.4.2.4 Uji Heteroskedastisitas.....	70
4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
4.4.4 Uji Hipotesis.....	72
4.4.4.1 Uji t	72
4.4.4.2 Uji F	73
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1 Simpulan.....	79
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Proyeksi Konsumsi Domestik Kopi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.1 Skala Likert	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi <i>Store Environment</i> (X1)	61
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Service Quality</i> (X2)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Word of Mouth</i> (X3)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi	69
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	71
Tabel 4.14 Hasil Uji t	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.15 Hasil Uji F	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Rancangan Penelitian	34
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Kopi D'jagongan Surabaya	56
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Berita Acara Bimbingan Skripsi

Lampiran 2 Lembar Persetujuan Skripsi

Lampiran 3 Surat Keterangan Ijin Penelitian

Lampiran 4 Daftar Hadir Ujian Proposal

Lampiran 5 Berita Acara Bimbingan Revisi

Skripsi Lampiran 6 Surat Pernyataan Bebas

Plagiasi Lampiran 7 Kuesioner Penelitian

Lampiran 8 Rekapitulasi Tabel Skor Jawaban

Responden Lampiran 9 Output Pengolahan Data SPSS

