

PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN *STORE*  
*ATMOSPHERE* TERHADAP MINAT BELI ULANG KOPI JANJI  
JIWA DI MERUYA

**SKRIPSI**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
TERAKREDITASI - A  
Nama: Sarah  
NIM: 43115120192

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**JAKARTA**

**2020**

PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN *STORE*  
*ATMOSPHERE* TERHADAP MINAT BELI ULANG KOPI JANJI  
JIWA DI MERUYA

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Sarah  
NIM : 43115120192

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA

2020

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sarah

NIM : 43115120192

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplak).

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 1 Oktober 2020



Nim: 43115120192

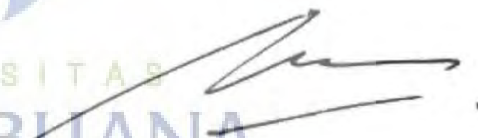
## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sarah  
NIM : 43115120192  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan *Store Atmosphere* terhadap Minat Beli Ulang Kopi Janji Jiwa di Meruya  
Tanggal Lulus Ujian : 26 November 2020

Disahkan Oleh:

Pembimbing

Ketua Penguji



Viciwati, ST., M.Si.

Mas Wahyu Wibowo, MBA, Ph.D

Tanggal: 3 Desember 2020

Tanggal: 3 Desember 2020

Dekan

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Harnoviansah, Ak, M.Si., CA., CIPSAS

Tanggal:



Dr. Daru Asih., M.Si

Tanggal:

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisa apakah harga, kualitas pelayanan, dan *store atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang pada Kedai Kopi Janji Jiwa di Meruya. Penelitian ini dilakukan terhadap 133 responden dengan menggunakan teknik survei dengan alat penyebaran kuesioner. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS) Versi 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, variabel harga dan *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, namun variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.

**Kata kunci:** Harga, Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere*, Minat Beli Ulang



## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to test and analyze whether price, service quality, and store atmosphere significantly influence repurchase interest at the Promises Jiwa Coffee Shop in Meruya. This study was conducted on 133 respondents using a survey technique with a questionnaire distribution tool. Methods of data analysis in this study using Partial Least Square (PLS) Version 3.0. The results of this study indicate that partially, the price and store atmosphere variables have a significant effect on repurchase intention, but the service quality variable does not significantly influence the repurchase intention.*

**Keywords:** *Price, Service Quality, Store Atmosphere, Repurchase Interest*



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur hanya bagi Tuhan Yesus Kristus, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan, dan kasih setia yang besar sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan *Store Atmosphere* terhadap Minat Beli Ulang Kopi Janji Jiwa di Meruya”**.

Dalam penulisan skripsi penelitian ini, peneliti menyadari adanya keterbatasan, dan ketidaksempurnaan dalam penyusunan tugas skripsi ini, walaupun peneliti telah berusaha sebaik-baiknya dalam penulisan ini namun dengan terbatasnya ilmu pengetahuan yang dimiliki serta terbatasnya waktu untuk mendapatkan data, maka peneliti menyadari tugas skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan juga memiliki banyak kekurangan. Tetapi peneliti berharap semoga tugas skripsi ini dapat memberikan ilmu yang bermanfaat baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun bagi penyempurnaan tugas skripsi ini akan bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tentu tidak lepas dari bimbingan Ibu Viciwati, ST., M.Si., dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih kepada beliau, selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan demi terselesaikannya tugas

skripsi ini dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini dengan segala kerendahan hati peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., CMA., CSRS. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si. selaku Dosen Penelaah saya yang selalu memberikan dukungan dan memberikan bimbingan kepada saya.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Kepada keluarga tercinta Mama Setia, Bapak Hangoluan, dan ketiga adik-adik saya yaitu Rahel, Simon, dan Samuel, yang mana adalah motivasi terbesar peneliti untuk menyelesaikan tugas skripsi ini, yang selalu memberikan doa tiada hentinya, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
7. Kepada Mas Kristianto Rahardian sebagai teman spesial yang tiada hentinya memberikan dukungan penuh dan semangat maupun motivasi kepada peneliti untuk menyelesaikan tugas skripsi ini.
8. Kepada Team Basecamp sebagai orang-orang terdekat yang telah membantu dan memberikan doa sehingga skripsi ini dapat selesai.



Semoga tugas skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti, pembaca, dan penelitian selanjutnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam tugas skripsi ini.

Jakarta, 1 Oktober 2020

Sarah



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	i
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b>	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b>	iii
<b>ABSTRAK</b>	iv
<b>ABSTRACT</b>	v
<b>KATA PENGANTAR</b>	vi
<b>DAFTAR ISI</b>	ix
<b>DAFTAR TABEL</b>	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Penelitian	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka	13
1. Pemasaran	13
a. Konsep Pemasaran	13
b. Tujuan Pemasaran	14
c. Strategi Pemasaran	15
d. Bauran Pemasaran	16
2. Perilaku Konsumen	18
a. Pengertian Perilaku Konsumen	18
b. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	19
3. Harga	23
a. Pengertian Harga	23
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga	24
c. Tujuan Penetapan Harga	25
d. Dimensi Harga	26
4. Kualitas Pelayanan	27
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	27
b. Dimensi Kualitas Pelayanan	29

c. Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan	31
5. <i>Store Atmosphere</i>	33
a. Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	33
b. Elemen <i>Store Atmosphere</i>	35
6. Minat Beli Ulang	43
a. Pengertian Minat Beli Ulang	43
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang	43
c. Indikator Minat Beli Ulang	44
7. Penelitian Terdahulu	45
B. Pengembangan Hipotesis	47
1. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang	47
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang	48
3. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Minat Beli Ulang	49
C. Kerangka Konseptual	50

### **BAB III      METODELOGI PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian	51
1. Waktu Penelitian	51
2. Tempat Penelitian	51
B. Desain Penelitian	51
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	52
1. Definisi Variabel	52
2. Operasionalisasi Variabel	54
D. Skala Pengukuran	57
E. Populasi dan Sampel Penelitian	58
1. Populasi Penelitian	58
2. Sampel Penelitian	59
F. Metode Pengumpulan Data	60
G. Metode Analisis Data	61
1. Analisis Deskriptif	61
a. Deskriptif Responden	62
b. Deskriptif Variabel	62
2. Analisis <i>Partial Least Square</i>	62
a. Pengertian <i>Partial Least Square</i>	62
b. Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> )	63
c. Model Struktural ( <i>Inner Model</i> )	64

### **BAB IV      HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	66
1. Sejarah Kedai Kopi Janji Jiwa	66
B. Analisis Deskriptif	68
1. Karakteristik Responden	68
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70

c.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
2.	Deskriptif Jawaban Reponden	71
a.	Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Harga	71
b.	Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan	72
c.	Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel <i>Store Atmosphere</i>	74
d.	Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Minat Beli Ulang	74
C.	Hasil Uji Kualitas Data	75
1.	Evaluasi <i>Measurement (outer)</i> Model	75
a.	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	75
b.	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i>	78
c.	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	80
2.	Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> )	81
a.	Hasil Pengujian Nilai R-square	81
b.	Hasil Pengujian <i>Goodness of Fit Model</i>	82
c.	Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	83
D.	Pembahasan Hasil Penelitian	84
1.	Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Ulang	84
2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang	84
3.	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Minat Beli Ulang	85
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A.	Kesimpulan	87
B.	Saran	87
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		89
<b>LAMPIRAN</b>		95

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Pertumbuhan Cabang Kedai Kopi Serupa	5
1.2	Hasil Penelitian Pra Survei	6
1.3	Data Keluhan Pelanggan Janji Jiwa Meruya	7
2.1	Penelitian Terdahulu	45
3.1	Operasional Variabel Harga	54
3.2	Operasional Variabel Kualitas Pelayanan	55
3.3	Operasional Variabel <i>Store Atmosphere</i>	56
3.4	Operasional Variabel Minat Beli Ulang	57
3.5	Instrument Skala Likert	58
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
4.4	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Harga	72
4.5	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Kualitas Pelayanan	73
4.6	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Store Atmosphere</i>	74
4.7	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Minat Beli Ulang	75
4.8	Hasil pengujian <i>Convergent Validity</i>	76
4.9	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross loadings)</i>	78
4.10	Hasil Pengujian AVE	79
4.11	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium)</i>	80
4.12	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i>	81
4.13	Nilai $R^2$ Variabel Endogen	81
4.14	Hasil Pengujian Hipotesis	83

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021)	2
1.2	Menu Janji Jiwa	8
2.1	Kerangka Pemikiran	50
4.1	Hasil Algoritma PLS	77
4.2	Hasil Uji Bootstrapping	83

