

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, STORE ATMOSPHERE DAN
VARIASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA
KONSUMEN FORE COFFEE DI MARGONDA DEPOK**

TUGAS AKHIR

FAHIRA LAILA FITRIANI

203402516170



**PROGRAM STUDI MANAGEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL**

2024

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, STORE ATMOSPHERE DAN
VARIASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA
KONSUMEN FORE COFFEE DI MARGONDA DEPOK**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Disusun Oleh :

FAHIRA LAILA FITRIANI

203402516170



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL**

2024

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam skripsi yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, STORE ATMOSPHERE DAN VARIASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA KONSUMEN FORE COFEE DI MARGONDA DEPOK

Merupakan gagasan atau hasil peneliti penulis, kecuali jelas rujukannya. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan yang telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.



Jakarta



Fahira Laila Fitriani

203402516170

LEMBAR PERSETUJUAN

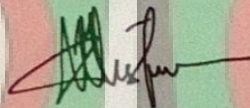
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS LAYANAN
STORE ATMOSPHERE, DAN VARIASI
PRODUK TERHDAP MINAT BELI
ULANG PADA KONSUMEN FORE
COFFEE DI MARGONDA DEPOK**

Nama Mahasiswa : **FAHIRA LAILA FITRIANI**

Nomor Pokok Mahasiswa : **203402516170**

Program Studi : **MANAJEMEN**

**Menyetujui,
Pembimbing Skripsi**



(Dr. Resti Hardini S.E.,M.Si)

Mengetahui

Rektor Program Studi Manajemen



(Dr. Resti Hardini S.E.,M.Si)

Jakarta, Februari 2024

LEMBAR PENGESAHAN

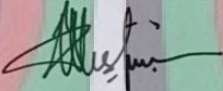
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS LAYANAN,
STORE ATMOSPHERE DAN VARIASI
PRODUK TERHADAP MINAT BELI
ULANG PADA KONSUMEN FORE
COFFEE DI MARGONDA DEPOK**

Nama Mahasiswa : **FAHIRA LAILA FITRIANI**
Nomor Pokok Mahasiswa : **203402516170**
Program Studi : **MANAJEMEN**

Diterima dan Disahkan oleh panitian Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

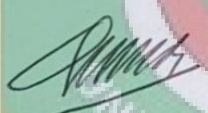
Menyetujui,

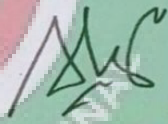
Pembimbing Skripsi


(Dr. Resti Hardini S.E.,M.Si.)

Ketua Penguji,

Anggota/Penguji


(Prof. Dr. Suryono Efendi, S.E., M.B.A M.M.)


(Atsari Sujud, S.E.,M.M)

Mengetahui,

Pekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



(Prof. Nurtha Digidowiseiso, S.E.,M.App.Ec., Ph.D.)

Jakarta, Februari 2024

Tanggal Lulus:

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, STORE ATMOSPHERE DAN VARIASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA KONSUMEN FORE COFFEE DI MARGONDA DEPOK

Oleh:

Fahira Laila Fitriani

NPM: 203402516170

Tugas Akhir ini dibawah bimbingan Dr. Resti Hardini S.E.,M.Si. :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, store atmosphere dan variasi produk terhadap minat beli ulang pada konsumen Fore coffee di Margonda Depok. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan analisis inferensial dengan menggunakan data primer dalam bentuk kuesioner kepada 96 responden dan data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Dari data-data yang memenuhi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji kelayakan model maka diperoleh persamaan regresi. Hasil analisis regresi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, store atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang dan variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang yang diperlihatkan pada tabel *coefficient* dalam model persamaan regresi.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Store Atmosphere dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Ulang.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, STORE ATMOSPHERE AND PRODUCT VARIATION ON REPURCHASE INTEREST IN FORE COFFEE CONSUMERS IN MARGONDA DEPOK

By:

Fahira Laila Fitriani

NPM: 203402516170

This final assignment is under the guidance of Dr. Resti Hardini S.E., M.Si. :

This research aims to determine the influence of service quality, store atmosphere and product variety on repurchase interest among Fore coffee consumers. The sampling method used was Non-Probability Sampling with Purposive Sampling technique. This type of research uses quantitative descriptive methods and inferential analysis using primary data in the form of questionnaires to 96 respondents and the data is analyzed using multiple linear regression analysis. From data that meets the validity test, reliability test, classical assumption test and model feasibility test, the regression equation is obtained. The results of the regression analysis in this research show that service quality has a positive and significant effect on repurchase interest, store atmosphere has a positive and significant effect on repurchase interest and product variety has a positive and significant effect on repurchase interest as shown in the coefficient table in the regression equation model.

Keywords: *Service Quality, Store Atmosphere and Product Variety on Repurchase Intention.*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BIODATA DIRI

Nama : Fahira Laila Fitriani
NPM : 203402516170
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tgl Lahir : Jakarta, 16 Desember 2001
Tempat Tinggal : Jl. Raya Kalilicin Perum. Puri Hasanah Blok A no 2 RT.003
RW.006 Kec.PancoranMas, Depok Jawa Barat
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat Email : FahiraLailaF16@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

Tahun 2008-2013 : SDN Mampang 03 Depok
Tahun 2014-2017 : SMP Citra Negara Depok
Tahun 2017-2020 : SMK Yadika 12 Depok
Tahun 2020-2024 : Universitas Nasional

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta,

Fahira Laila Fitriani

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Dengan mengucapkan puji dan Syukur kepada Allah SWT, karena ixahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi ini membahas tentang “Pengaruh Kualitas Layanan, Store Atmosphere dan Variasi Produk terhadap Minat beli ulang pada konsumen Fore Coffee di Margonda Depok.” Tujuan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Sarjana Strata jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, masukan serta doa dan bantuan dari berbagai pihak yang telah membantu skripsi ini sehingga dapat terselesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional;
2. Bapak Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional;
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional;
4. Ibu Dr. Resti Hardini S.E.,M.Si. selaku Dosen Pembimbing dan Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional;
5. Kepada seluruh dosen pengajar & Seluruh staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih saya sebagai mahasiswi atas ilmu dan layanan yang telah diberikan kepada saya dari semester awal sampai dengan saat ini.
6. Kepada kedua orang tua saya, Bapak Mukhlis dan Ibu Riyanti Wulandari yang telah membiayai, membimbing, memberikan kasih sayang, doa, dukungan dan pengertian serta fasilitas yang telah diberikan selama ini sehingga saya diberikan kemudahan dalam melaksanakan dan menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

7. Teruntuk kaka-kaka ku tersayang Inggrit Puspita Septiani S.E dan Dimas Fahreza S.Kom yang telah membantu saya dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini sehingga saya dapat menyelesaikannya skripsi ini dengan sebaik mungkin.
8. Kepada teman seperjuangan saya Annisa Ida Nafafridiyani, dan Fildza Maghfira Alyani serta teman teman tercinta lainnya yang selalu membantu saya dalam penyusunan skripsi ini dan teman teman seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2020 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu terima kasih untuk kebersamaan dan kerjasamanya selama ini.
9. Kepada yang tersayang Dimas Adriansyah Syaputra yang selalu memberi perhatian, serta support sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh rasa semangat.
10. Dan kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan akses informasi dalam pembuatan dan penyusunan skripsi ini, semoga kebaikan kalian semua mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Dengan keterbatasan ilmu pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki, mungkin skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dengan kata lain jauh dari sempurna maka segala kesalahan dan kekurangan akan ditanggung oleh pihak penulis. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya. Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Jakarta,

Fahira Laila Fitriani
203402516170

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABLE	xiii
DAFTAR GAMBAR	14
BAB I PENDAHULUAN	15
A. Latar Belakang	15
B. Rumusan Masalah	19
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	19
1. Tujuan Penelitian	19
2. Kegunaan Penelitian	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	21
A. Landasan Teori	22
1. Pengertian Pemasaran	21
2. Pengertian Manajemen Pemasaran	21
3. Manajemen Pemasaran Jasa	22
4. Pengertian Kualitas Layanan	23
5. Tujuan Kualitas Layanan	24
6. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	25
7. Indikator Kualitas Pelayanan	26
8. Pengertian Store Atmosphere	27
9. Tujuan Store Atmosphere	28
10. Faktor-Faktor Store Atmosphere	28
11. Indikator Store Atmosphere	29
12. Pengertian Variasi Produk	30
13. Tujuan Variasi Produk	31
14. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Variasi Produk	31
15. Indikator Variasi Produk	32
16. Pengertian Minat Beli Ulang	32
17. Tujuan Minat Beli Ulang	33

18. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang.....	34
19. Indikator Minat Beli Ulang.....	34
B. Keterkaitan Antar Variabel	35
1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang.....	35
2. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang	35
3. Pengaruh Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang	36
C. Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian	36
D. Kerangka Analisis	39
E. Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Objek Penelitian.....	42
1. Objek Penelitian.....	42
B. Data Penelitian.....	42
1. Sumber Data dan Jenis Data.....	42
2. Populasi dan Sampel.....	43
3. Metode dan Alat Pengumpulan Data	44
C. Definisi Operasional Variabel.....	45
D. Metode Analisis dan Pengajuan Hipotesis.....	46
1. Metode Analisis	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Hasil Penelitian	52
1. Deskripsi Objek Penelitian	52
2. Karakteristik Responden.....	54
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian	59
B. Pembahasan	73
1. Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang.....	73
2. Store Atmosphere terhadap Minat Beli Ulang	73
3. Variasi Produk terhadap Minat Beli Ulang	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian.....	38
Tabel 3.3 Skala Likert	46
Tabel 3.4 Definisi Operasional.....	47
Tabel 4.5 Produk Fore Coffe.....	53
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	57
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	59
Tabel 4.10 Average Total Mean Kualitas Layanan.....	60
Tabel 4.11 Average Total Mean Store Atmosphere	61
Tabel 4.12 Average Total Mean Variasi Produk	62
Tabel 4.13 Average Total Mean Minat Beli Ulang.....	63
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas	64
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas.....	66
Tabel 4.17 Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4.18 Hasil uji glejser.....	68
Tabel 4.19 Uji Autokorelasi	69
Tabel 4.20 Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
Tabel 4.21 Hasil Uji F	71
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	72
Tabel 4.23 Hasil Uji t	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsumsi Kopi Indonesia.....	16
Gambar 1.2 Kedai Kopi Lokal Terfavorit.....	18
Gambar 2.3 Kerangka Analisis	41
Gambar 4.4 Diagram Presentase Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelami	56
Gambar 4.5 Diagram Presentase Karakteristik Berdasarkan Usia.....	57
Gambar 4.6 Diagram Presentase Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan	58
Gambar 4.7 Diagram Presentase Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	59

