

**PENGARUH WOM, PRODUK, DAN STORE
ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN BALE BANYU RESTO**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Disusun Oleh

IDA RIANA

NIM. 131110001060

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA
JEPARA**

2017

PERSETUJUAN

**PENGARUH *WOM*, PRODUK, DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN BALE BANYU RESTO**

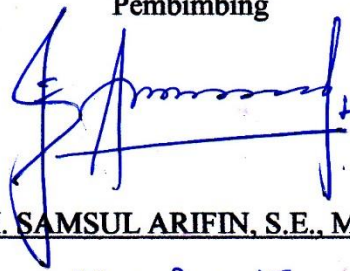
Skripsi ini telah disetujui pembimbing dan siap untuk dipertahankan dihadapan
tim penguji skripsi program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Nahdlatul Ulama Jepara

Nama : IDA RIANA
NIM 131110001060
Program Studi : Manajemen

Disetujui Oleh

Pembimbing



H. SAMSUL ARIFIN, S.E., M.M.

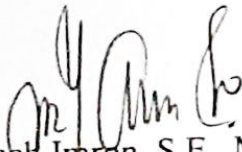
Tgl.....23-3-17.....

**PENGARUH WOM, PRODUK, DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PADA TAMAN KOPI CAFÉ & RESTO**

Nama Penyusun : IDA RIANA
NIM : 131110001060
Program Studi : Manajemen


Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara
Pada hari Jumat..., tanggal31.....Maret.....2019.....

Penguji I


Mush Imron, S.E., M.M.

NIY. 1 650802 97 011

Penguji II


Hj. Nurul Komaryatin, S.E., M.Si.

NIY. 1 701015 97 013

Mengesahkan

Ketua Program Studi Manajemen



A. Khoirul Anam, S.E., M.Si

NIY.1 800421 06 041

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

- ❖ Hidup hanya sekali, maka lakukan yang terbaik sebisa mungkin
- ❖ Tidak ada usaha yang sia – sia, akan ada imbalan pada setiap hal yang dilakukan
- ❖ Bila jatuh maka bangkitlah, bila salah maka berbenahlah, dan bila menyerah maka kau kalah

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

- ❖ Bapak dan Ibu tercinta
- ❖ Kakak dan keponakan tersayang
- ❖ Sahabat dan teman – teman setia
- ❖ Semua pihak yang membantu penulisan skripsi ini

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari program S-1 jurusan Manajemen merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar Strata I (S-1) dari Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara maupun dari perguruan tinggi lain.

Adapun bagian – bagian tertentu dalam penulisan skripsi yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1. Skripsi berjudul “PENGARUH *WOM, PRODUK, DAN STORE ATMOSPHERE* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TAMAN KOPI CAFÉ & RESTO”.
2. Saya juga mengakui bahwa hasil karya akhir ini, dapat diselesaikan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing saya yaitu :
Bapak H. SAMSUL ARIFIN, S.E., M.M.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian – bagian tertentu, saya bersedia menerima **PENCABUTAN GELAR AKADEMIK** yang saya sandang dan sanksi – sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Jepara, ... 31 ... Maret ... 2019

METERAI
AMPIL
40AEF462257323
6000
ENAM RIBU RUPIAH
IDA RIANA

131110001060

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap minat beli konsumen Bale Banyu resto. (2) Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap minat konsumen Bale Banyu resto. (3) Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen Bale Banyu resto. (4) Untuk mengetahui pengaruh *word of mouth*, produk, dan *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen di Bale Banyu resto.

Pendekatan penelitian dan pembahasan karya skripsi ini, penulis menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif penelitian atau sampel tertentu, pengumpulan dan menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, yang berlandaskan pada filsafah positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dimana subjek penelitian ini adalah pengunjung Bale Banyu resto.

Berdasarkan hasil pembahasan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : (1) *word of mouth* terhadap minat beli menunjukkan nilai t_{hitung} *word of mouth* (X1) adalah 2,881 dan t_{tabel} 2,000 dengan tingkat signifikansi 0,005 sehingga variabel *word of mouth* secara individual berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. (2) Produk terhadap minat beli konsumen menunjukkan nilai t_{hitung} variabel produk (X2) adalah 1,908 dan t_{tabel} 2,000 dengan tingkat signifikansi 0,061 sehingga variabel produk secara individual tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen. (3) *Store Atmosphere* terhadap minat beli menunjukkan nilai t_{hitung} variabel 3,063 dan t_{tabel} 2,000 dengan tingkat signifikansi 0,003 sehingga variabel *store atmosphere* secara individual berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. (4) Variabel *word of mouth* (X1), produk (X2), dan *store atmosphere* (X3) secara bersama – sama berpengaruh secara nyata terhadap minat beli konsumen (Y) sesuai hasil uji ANOVA atau uji F pada tabel terlampir diperoleh F hitung sebesar 19,090 dengan tingkat signifikansi 0,000.

Kata kunci : *Word of Mouth*, Produk, *Store Atmosphere*, Minat Beli.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : **“PENGARUH WOM, PRODUK, DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN BALE BANYU RESTO”**.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan program Strata Satu (S-1) jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.

Penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis. Maka kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan hati yang lapang.

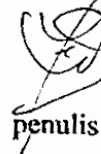
Selesainya penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Sa'dullah Assa'idi, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Nahdlatul Ulama (UNISNU) Jepara.
2. Bapak Much Imron, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nahdlatul Ulama (UNISNU) Jepara.
3. Bapak A.Khoirul Anam, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Islam Nahdlatul Ulama (UNISNU) Jepara.
4. Bapak H. SAMSUL ARIFIN, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pengarahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama (UNISNU) Jepara yang telah membekali ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama peneliti menuntut ilmu.

6. Bapak Ahmad Taufik Hidayat selaku Manager Bale Banyu Resto, yang telah memberikan ijin untuk mengadakan penelitian serta memberikan data yang diperlukan untuk menyusun skripsi ini.
7. Ibu tercinta beserta keluarga besar yang selalu memberikan do'a dan dukungan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Teman – teman seperjuangan yang telah setia menemani dan memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh responden yang telah memberikan waktu untuk mengisi kuisioner.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini dan tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis berdo'a semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan tersebut di atas. Meskipun terdapat kekurangan dan keterbatasan, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri maupun bagi pihak – pihak yang membutuhkan. Amiin.

Jepara, Maret 2017



penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Motto dan Persembahan.....	iv
Pernyataan Keaslian Skripsi.....	v
Abstraksi	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar lampiran	xiv
BAB I. Pendahuluan	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Ruang Lingkup.....	6
1.3. Perumusan Masalah	6
1.4. Batasan Masalah	7
1.5. Tujuan Penelitian	7
1.6. Manfaat Penelitian	8
BAB II. Tinjauan Pustaka	
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1. Pemasaran	9
2.1.2. Manajemen Pemasaran	10
2.1.3. Perilaku Konsumen.....	10
2.1.4. Restoran	11
2.1.5. <i>Word of Mouth</i>	11
2.1.6. Produk.....	13

2.1.7.	<i>Store Atmosphere</i>	14
2.1.8.	Minat Beli	16
2.2.	Hasil Penelitian Terdahulu	17
2.3.	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	18
2.4.	Perumusan Hipotesis	19

BAB III. Metode Penelitian

3.1.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	20
3.2.	Jenis dan Sumber Data	22
3.2.1.	Jenis Data.....	22
3.2.2.	Sumber Data	22
3.3.	Populasi, Jumlah Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel...	23
3.3.1.	Populasi	23
3.3.2.	Jumlah Sampel.....	23
3.3.3.	Teknik Pengambilan Sampel	24
3.4.	Metode Pengumpulan Data	25
3.4.1.	Metode Kuisisioner	25
3.4.2.	Wawancara	25
3.4.3.	Studi Pustaka	25
3.5.	Metode Pengolahan Data.....	26
3.5.1	<i>Editing</i>	26
3.5.2.	<i>Coding</i>	26
3.5.3.	Pemberian Skor.....	26
3.5.4.	Tabulasi.....	27
3.6.	Metode Analisis Data	28
3.6.1.	Uji Validitas.....	28
3.6.2.	Uji Reliabilitas	28
3.6.3.	Uji Asumsi Klasik	29
3.6.4.	Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	30
3.6.5.	Analisis Regresi Linear Berganda	31
3.6.6.	Uji F.....	31

3.6.7. Uji t	33
--------------------	----

BAB IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	34
4.1.1. Sejarah Perusahaan	34
4.1.2. Fasilitas	34
4.1.3. <i>Tagline</i>	35
4.1.4. Ketenaga Kerjaan.....	36
4.1.5. Menu	37
4.2. Deskripsi Responden.....	39
4.2.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.2.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	39
4.2.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
4.3. Deskripsi Variabel.....	40
4.3.1. <i>Word Of Mouth</i>	41
4.3.2. Produk.....	41
4.3.3. <i>Store Atmosphere</i>	43
4.4. Analisis Data	44
4.4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
4.4.2. Uji Asumsi Klasik	47
4.4.3. Analisis Regresi Linear Berganda	51
4.4.4. Uji F.....	52
4.4.5. Uji t	54
4.4.6. Uji Koefisien Determinasi R ²	57
4.5. Pembahasan.....	58

BAB V. Kesimpulan dan Saran

5.1. Kesimpulan	60
5.2. Saran.....	61

Daftar Pustaka

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Jumlah Restoran Menurut Kabupaten/Kota	2
Tabel 2.2.	Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1.	Indikator Penelitian	21
Tabel 4.1.5.	Menu Masakan Bale Banyu Resto	36
Tabel 4.2.1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.2.2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Usia	40
Tabel 4.2.3.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	41
Tabel 4.3.1.	Tanggapan Responden Mengenai <i>W.O.M</i>	41
Tabel 4.3.2.	Tanggapan Responden Mengenai Produk.....	42
Tabel 4.3.3.	Tanggapan Responden Mengenai <i>Store Atmosphere</i>	43
Tabel 4.3.4.	Tanggapan Responden Mengenai Minat.....	44
Tabel 4.4.1.1.	Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.4.1.2.	Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.4.2.2.	Hasil Uji Multikolonieritas	49
Tabel 4.4.3.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	51
Tabel 4.4.4.	Hasil Uji F	53
Tabel 4.4.5.	Hasil Uji t	54
Tabel 4.4.6.	Uji Koefisien Determinasi R ²	57
Tabel 4.5.	Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3.	Kerangka Pemikiran Teoritis	18
Gambar 3.6.6.	Uji F 2 Arah	32
Gambar 3.6.7.	Uji t 2 Arah	33
Gambar 4.4.2.	Hasil Uji Normalitas	48
Gambar 4.4.2.3.	Hasil Uji Heteroskedasitas	50
Gambar 4.4.4.	Hasil Uji F	53
Gambar 4.4.5.a	Hasil Uji t <i>W.O.M.</i>	55
Gambar 4.4.5.b	Hasil Uji t Produk.	56
Gambar 4.4.5.c	Hasil Uji t <i>Store Atmosphere</i>	56

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Ijin Riset
- Lampiran 2. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
- Lampiran 3. Surat anti plagiasi
- Lampiran 4. Tabel t
- Lampiran 5. Tabel r
- Lampiran 6. Tabel F
- Lampiran 7. Tabel Distribusi Normal
- Lampiran 8. Kuisisioner
- Lampiran 9. Daftar Nama Responden
- Lampiran 10. Data Olahan Responden
- Lampiran 11. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 12. Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 13. Output SPSS Koefisien Determinasi, Uji T, Uji F, dan Regresi Linear Berganda