

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PELAYANAN, DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
EXTERIOR STORE SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh:

SYAIFULLAH YUSUF JAELANI

NPM : 20420040

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PELAYANAN, DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
EXTERIOR STORE SURABAYA**

Diajukan Oleh:

SYAIFULLAH YUSUF JAELANI

NPM: 20420040

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH DOSEN
PEMBIMBING**

Dosen Pembimbing



Maqbula Arochman, SE., M.AK

Tanggal, ..30 - 02 - 2024.....

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Andrianto Trimarjono, SE., MM.

Tanggal, ..3 Januari 2025.....

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PELAYANAN, DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
EXTERIOR STORE SURABAYA**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Syaifullah Yusuf Jaelani

NPM : 20420040

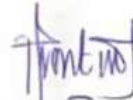
Susunan Dewan Penguji

DOSEN PEMBIMBING



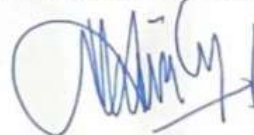
Maqbula Arochman, SE., M.Ak

KETUA TIM PENGUJI



Dr. Drs. Ec. Dwi Bhakti Iriantini, M.Si

ANGGOTA DEWAN PENGUJI



Wiwik Herawati, SE., MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal, 6 Februari 2025



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM

Ketua Program Studi Manajemen

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa di dalam naskah Skripsi tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam bagian utama Skripsi dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertasi digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundangundangan yang berlaku.

Surabaya,

Yang membuat pernyataan

Syaifullah Yusuf Jaelani

20420040

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena limpahan kasih dan rahmat-Nya sehingga memberikan kemudahan bagi penulis untuk mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **”PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS PELAYANAN, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA EXTERIOR STORE SURABAYA”** Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah dalam rangka memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tulus atas semua bimbingan dan bantuan serta kesempatan yang diberikan dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. dr. H. Widodo Ario Kentjono, Sp. THT-KL (K), FICS. Selaku rektor yang telah berjasa dan memberikan kontribusi yang terbaik terhadap Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M. Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis karena dedikasi dan pengabdianya sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Ibu Maqbula Arochman, SE., M. Ak selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan masukan selama proses penyusunan skripsi.

4. Ibu Dr, Kristiningsih, SE., M.Si . selaku dosen wali yang telah membantu penulis dalam mengikuti dan menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu dalam kegiatan belajar mengajar selama di kampus.
6. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Surabaya yang terkait pelayanan administrasi selama masa perkuliahan Kusuma.
7. Kedua Orang tua tercinta atas jasa-jasanya dalam segala hal yang dapat mendidik, memberi ilmu yang tak terbatas serta cinta dan kasih sayangnya bagi penulis.
8. Kepada diri penulis sendiri yang telah kuat lahir dan batin untuk menyelesaikan masa kuliah dan penulisan skripsi ini.
9. Sahabat – sahabat penulis Fanky, Putra, Khunaefi, Hendi, Dimas, Riki, Vina, Savira, dan Izzah yang senantiasa selalu membantu, memberi semangat, dorongan, serta masukan kepada penulis selama penulisan skripsi ini.
10. Seluruh responden yang sudah meluangkan waktu untuk membantu mengisi kuisioner.
11. Dan untuk seluruh teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
Terima kasih atas support kalian

Penulis mengharapkan kritik yang membangun dari para pembaca untuk menyempurnakan penyusunan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga

skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Surabaya,

Syaifullah Yusuf Jaelani

ABSTRAK

Penelitian ini meneliti “**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PELAYANAN, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA EXTERIOR STORE SURABAYA**”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, kualitas pelayanan, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada Exterior Store Surabaya. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *store atmosphere* (X1), kualitas pelayanan (X2), dan *word of mouth* (X3), sedangkan variabel terikat keputusan pembelian (Y). Dalam penelitian ini, menggunakan metode kuantitatif dimana penelitian ini menekankan pada pengujian hipotesis, data yang digunakan harus terukur. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling*, dengan prosedur *purposive sampling*. Sampel yang diambil sebanyak 80 responden dengan kriteria responden yaitu masyarakat Surabaya yang berusia 17 tahun keatas dan pernah melakukan pembelian langsung di Exterior Store Surabaya. Uji hipotesis yang dilakukan menggunakan analisa regresi linier berganda. Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah bahwa *store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Exterior Store Surabaya, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Exterior Store Surabaya, *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Exterior Store Surabaya.

Kata kunci: *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, *Word of Mouth*, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research examines "THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, SERVICE QUALITY, AND WORD OF MOUTH ON PURCHASING DECISIONS IN EXTERIOR STORE SURABAYA". The purpose of this research is to determine the influence of store atmosphere, service quality, and word of mouth on purchasing decisions at the Exterior Store Surabaya. The independent variables in this research are store atmosphere (X1), service quality (X2), and word of mouth (X3), while the dependent variable is purchasing decisions (Y). This research uses quantitative methods where this research emphasizes hypothesis testing, the data used must be measurable. The data sources used are primary and secondary data. Determination of the sample size was carried out using a non-probability sampling method, with a purposive sampling procedure. The sample taken was 80 respondents with the criteria for respondents being Surabaya people aged 17 years and over and who had made direct purchases at the Exterior Store Surabaya. Hypothesis testing was carried out using multiple linear regression analysis. Based on the conclusions obtained in this research, the store atmosphere do not have a significant effect on purchasing decisions at the Exterior Store Surabaya, service quality has a significant effect on purchasing decisions at the Exterior Store Surabaya, word of mouth has a significant effect on purchasing decisions at the Exterior Store Surabaya.

Keywords: Store Atmosphere, Service Quality, Word Of Mouth, and Purchasing Decisions

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Skripsi.....	11
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Pemasaran	13
2.1.2 Manajemen Pemasaran	14
2.1.3 <i>Store Atmosphere</i>	15
2.1.3.1 Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	15
2.1.3.2 Elemen <i>Store Atmosphere</i>	16
2.1.3.3 Indikator <i>Store Atmosphere</i>	17
2.1.4 Kualitas Pelayanan	18
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	18
2.1.4.2 Faktor – Faktor Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	19
2.1.4.3 Indikator Kualitas Pelayanan	20
2.1.5 <i>Word Of Mouth</i>	21
2.1.5.1 Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	21

2.1.5.2	Karakteristik <i>Word Of Mouth</i>	22
2.1.5.3	Indikator <i>Word Of Mouth</i>	22
2.1.6	Keputusan Pembelian	23
2.1.6.1	Pengertian Keputusan Pembelian	23
2.1.6.2	Tahapan Proses Keputusan Pembelian	24
2.1.6.3	Indikator Keputusan Pembelian	25
2.2	Penelitian Terdahulu.....	26
2.3	Hipotesis dan Model Analisis	29
2.3.1	Hipotesis	29
2.3.2	Model Analisis	30
BAB III METODE PENELITIAN		31
3.1	Pendekatan Penelitian.....	31
3.2	Populasi dan Sampel.....	31
3.2.1	Populasi Penelitian	31
3.2.2	Sampel Penelitian	31
3.3	Identifikasi Variabel	32
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	33
3.5	Jenis Data dan Sumber Data	35
3.5.1	Jenis Data.....	35
3.5.2	Sumber Data.....	35
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.7	Teknik Analisis Data	38
3.7.1	Uji Validitas	38
3.7.2	Uji Reliabilitas	39
3.7.3	Uji Analisis Linier Berganda	39
3.7.4	Uji Hipotesis	40
3.7.4.1	Uji t-Test.....	40
3.7.4.2	Koefisien Determinasi	41
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		43
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	43
4.1.1	Sejarah Exterior Store.....	43

4.1.2	Visi dan Misi Exterior Store	43
4.2	Deskripsi Kriteria Responden	44
4.2.1	Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	44
4.2.2	Berdasarkan Usia Responden	45
4.2.3	Berdasarkan Pekerjaan Responden	46
4.2.4	Berdasarkan Pendapatan Responden.....	46
4.3	Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Penelitian.....	47
4.3.1	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Store Atmosphere</i>	49
4.3.2	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan	49
4.3.3	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Word Of Mouth.....	50
4.3.4	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	51
4.4	Hasil Uji Instrumen	52
4.4.1	Hasil Uji Validitas	52
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas	53
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.6	Hasil Pengujian Hipotesis	56
4.6.1	Uji t-Test.....	56
4.6.2	Koefisien Determinasi (R ²)	57
4.7	Pembahasan.....	58
4.7.1	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	58
4.7.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	59
4.7.3	Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian	61
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN		63
5.1	Simpulan	63
5.2	Saran	63
5.3	Keterbatasan Penelitian	65
DAFTAR PUSTAKA		66
LAMPIRAN		69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Global Retail Development Index	2
Gambar 1.2 Persebaran Sumber Ekonomi Kreatif	4
Gambar 2.1 Model Analisis.....	30

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Skala Likert.....	36
Tabel 4.1 Data Responden Mengenai Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2 Data Responden Mengenai Umur	45
Tabel 4.3 Data Responden mengenai Pekerjaan	46
Tabel 4.4 Responden Mengenai Pendapatan.....	47
Tabel 4.5 Kriteria Skor Variabel Penelitian	48
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variable Store Atmosphere (X1)	49
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variable Kualitas Pelayanan.....	50
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Variable Word Of Mouth	50
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Variable Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	54
Tabel 4.13 Uji t -test	56
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi R ²	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian	69
Lampiran II Data Tabulasi & Output Spss	74