

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *STORE ATMOSPHERE* , DAN *PRICE* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION PADA RESTAURANT SUSHI TEI TUNJUNGAN PLAZA
SURABAYA**

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh:

TIARA YULI RESITA

21420075

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *STORE ATMOSPHERE* DAN *PRICE*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA RESTAURANT SUSHI
TEI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

Diajukan oleh :

Tiara Yuli Resita
NPM : 21420075

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING



Wiwik Herawati, SE., MM.

Surabaya, Januari 2025

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN



Dr. Adrianto Trimariono, SE., MM.

Surabaya, 14 Januari 2025

SKRIPSI
**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *STORE ATMOSPHERE*,
DAN PRICE TERHADAP *REPURCHASE INTENTION***
PADA RESTAURANT SUSHI TEI TUNJUNGAN
NPLAZA SURABAYA .

Diajukan oleh:
TIARA YULI RESITA
NPM : 21420075

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama



Wiwik Herawati, SE.MM

Anggota Dewan Penguji



Dr. Dwi Bhakti Irianti, SE., Msi

Anggota Dewan Penguji



Dr. Dana Aditya, SE., MBA

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan Untuk memperoleh
gelar Sarjana Manajemen

Tanggal

Dr. Adrianto Trimarjono. S.E., MM.
Ketua Program Studi

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, Desember 2024
Yang membuat pernyataan



Tiara Yuli Resita

21420075

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Image*, *Store Atmosphere* , dan *Price* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Sushi Tei Tunjungan Plaxza Surabaya”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat akademis untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu arahan, do'a, serta bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini antara lain:

1. Allah SWT, yang selalu memberikan kesehatan, kekuatan, kelancaran, rahmat, ridho dan kasih sayang-Nya yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
2. Prof Dr.H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. T.H.T.K.L(K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Drs. Ec Gimanto Gunawan, MM., M. Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Dr. Adrianto Trimajono, S.E., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
5. Ibu Ni Ketut Yulia Agustin., SE., MM. selaku Dosen Wali terimakasih atas bimbingannya selama perkuliahan.
6. Ibu Wiwik Herawati., SE., MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu serta tenaga dalam membimbing, mengarahkan, memotivasi, memberikan saran-saran dan memberi kemudahan selama penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, terutama para dosen dalam Program Studi Manajemen, yang telah memberikan berbagai pengetahuan yang sangat berharga dan bermanfaat dalam proses peningkatan pemahaman penulis.
8. Seluruh keluarga, khususnya untuk bapak dan ibu tercinta yang telah memberi dukungan, doa, dan memberi materi selama penulis menjalankan pendidikan jenjang sarjana.
9. Untuk Vodi terimakasih sudah menemani selama perkuliahan, memberikan masukan, arahan, maupun ajakan untuk terus semangat menyelesaikan tugas kuliah hingga skripsi bisa terselesaikan dalam 7 semester ini.
10. Untuk sahabat saya Chacha, Rizal, dan teman-teman kos saya yang telah menemani, memberikan dukungan, semangat serta doa untuk saya agar cepat menyelesaikan skripsi di semester 7 ini.

ABSTRAK

Sushi Tei menerapkan konsep open kitchen atau dapur terbuka untuk menarik pelanggan. Konsep ini akan menjadikan pengalaman yang berbeda bagi pengunjung. Mereka dapat melihat keterampilan dan kecekatan koki saat menyiapkan hidangan pelanggan. Penelitian ini menggunakan Sushi Tei sebagai objek penelitian mengingat banyaknya pelanggan yang melakukan pembelian ulang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Brand Image*, *Store Atmosphere*, dan *Price* terhadap *Repurchase Intention* pada Sushi Tei Tunjungan Plaza Surabaya. Penelitian ini menggunakan Metode kuantitatif. Populasi yang dipakai peneliti adalah seluruh pelanggan restaurant Sushi Tei Tunjungan Plaza Surabaya. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan salah satu dari teknik *NonProbability Sampling* yaitu *Purposive Sampling*, dengan kriteria seluruh pelanggan Sushi Tei berusia minimal 17 tahun dan sudah melakukan pembelian Sushi Tei Tunjungan Plaza minimal 3 kali. Jumlah sampel yang didapatkan untuk memudahkan penelitian dikenakan menjadi 100 responden. Teknik analisis data menggunakan Uji validitas, Uji reliabilitas, dan Uji Hipotesis. Hasil pengujian menggunakan uji t menunjukkan hasil signifikan antar variable.

Kata kunci: *Sushi Tei, Brand Image, Store Atmosphere, Dan Price, dan Repurchase Intention*

ABSTRACT

Sushi Tei applies the open kitchen concept to attract customers. This concept will create a different experience for visitors. They can see the chef's skill and dexterity when preparing customers' dishes. This research uses Sushi Tei as the research object considering the large number of customers who make repeat purchases. The aim of this research is to determine the influence of Brand Image, Store Atmosphere, and Price on Repurchase Intention at Sushi Tei Tunjungan Plaza Surabaya. This research uses quantitative methods. The population used by researchers was all customers of the Sushi Tei Tunjungan Plaza Surabaya restaurant. The sampling technique in this research uses one of the NonProbability Sampling techniques, namely Purposive Sampling, with the criteria that all Sushi Tei customers are at least 17 years old and have purchased Sushi Tei Tunjungan Plaza at least 3 times. The number of samples obtained to facilitate research was increased to 100 respondents. Data analysis techniques use validity testing, reliability testing, and hypothesis testing. The test results using the t test showed significant results between variables.

Keywords: Sushi Tei, Brand Image, Store Atmosphere, Price and Repurchase Intention

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Skripsi	10
.....	12
TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Pemasaran	12
2.1.2 Tujuan Pemasaran.....	12
2.1.3 Manajemen Pemasaran	13
2.1.4 <i>Brand Image</i>	18
2.1.5 Store Atmosphere	21
2.1.6 <i>Price</i>	27
2.1.7 <i>Repurchase Intention</i>	34
2.2 Keterkaitan Antar Variabel	36

2.2.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	36
2.2.2	Pengaruh Store Atmosphere Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	37
2.2.3	Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	37
2.3	Penelitian Terdahulu	38
2.4	Pengembangan Hipotesis	41
2.5	Mode Analisis	41
BAB III	43
METODE PENELITIAN		43
3.1	Pendekatan Penelitian	43
3.2	Populasi dan Sampel	43
3.2.1	Populasi	43
3.2.2	Sampel	43
3.3	Identifikasi Variabel	45
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	45
3.5	Jenis dan Sumber Data Penelitian	47
3.5.1	Jenis Data	47
3.5.2	Sumber Data	47
3.6	Prosedur Pengumpulan Data	48
3.7	Teknik Analisis Data	49
3.7.1	Uji Validitas	49
3.7.2	Uji Reabilitas	49
3.8	Analisis Regresi Linier Berganda	49
3.9	Uji Hipotesis	50
3.9.1	Uji T (Uji Parsial)	50
3.9.2	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	51
BAB IV	52
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Gambaran Umum dan Objek Penelitian	52
4.1.1	Latar Belakang Perusahaan	52
4.2	Karakteristik Responden	53
4.2.1	Jenis Kelamin	54
4.2.2	Usia	54

4.2.3	Pekerjaan/Studi.....	54
4.2.4	Minimal Pembelian 3x	55
4.3	Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Penelitian	55
4.3.1	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i> (X1)	56
4.3.2	<i>Store Atmosphere</i> (X2)	57
4.3.3	<i>Price</i> (X3)	58
4.3.4	<i>Repurchase Intention</i> (Y)	59
4.4	Analisis Data atau Pengujian Hipotesis	59
4.4.1	Uji Validitas	59
4.4.2	Hasil Pengujian Reabilitas	61
4.4.3	Uji Regresi Linier Berganda	61
4.4.4	Uji Hipotesis.....	63
4.5	Pembahasan	65
4.5.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> Atas <i>Repurchase Intention</i>	65
4.5.2	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Atas <i>Repurchase Intention</i>	66
4.5.3	<i>Price</i> Atas <i>Repurchase Intention</i>	67
		69
	SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	69
5.1	Simpulan	69
5.2	Saran	69
	DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	45
Tabel 3.2 Skala Likert.....	48
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	54
Tabel 4. 2 Data Usia Responden.....	54
Tabel 4.3 Data Pekerjaan/Studi.....	54
Tabel 4.4 Data Minimal Pembelian 3x	55
Tabel 4.5 Hasil Interval Variabel	56
Tabel 4.6 Variabel <i>Brand Image</i>	56
Tabel 4.7 Variabel <i>Store Atmosphere</i>	57
Tabel 4.9 Data Variabel <i>Price</i>	58
Tabel 4.10 Data Variabel <i>Repurchase Intention</i>	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Reabilitas	61
Tabel 4.13 Uji Regresi Linier Berganda.....	62
Tabel 4.14 Hasil Analisis Uji t.....	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Analisis.....	42
Gambar 4.1 Logo Sushi Tei	53

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER	79
LAMPIRAN II TABULASI DATA	83
LAMPIRAN III HASIL UJI VALIDITAS DAN REABILITAS	96
LAMPIRAN IV HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA	101