

SKRIPSI

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, ATMOSPHERE, DAN HARGA
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI PADA PENGUNJUNG
JUNGKIR BALIK CAFE KOTA SIDOARJO**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya



Diajukan oleh:

ARYADITYA RABBANI

NPM. 21420035

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

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH MEDIA SOSIAL, *ATMOSPHERE*, DAN HARGA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI PADA PENGUNJUNG JUNGKIR BALIK CAFE KOTA SIDOARJO

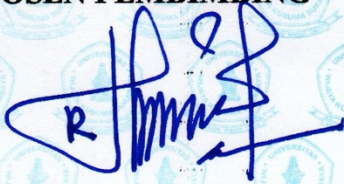
Diajukan Oleh:

ARYADITYA RABBANI

NPM: 21420035

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Titik Inayati, SE., MM

Tanggal, 9 Feb 2026

KETUA PROGRAM STUDI



Dwi Indah Mustikorini, SE., MM

Tanggal, 9 Feb 2026

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, *ATMOSPHERE*, DAN HARGA TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KEMBALI PADA PENGUNJUNG JUNGKIR BALIK CAFE KOTA
SIDOARJO**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ARYADITYA RABBANI

NPM: 21420035

Susunan Dewan Penguji

Sekretaris Penguji



Matheous Tamonsang, SE., M.Si

Anggota Dewan Penguji Lain



Maqbula Arochman, SE., M.Ak



Dewi Nuraini, SE., MSM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal... 9 Feb '26



Dwi Indah Mustikorini, SE., MM

Ketua Program Studi

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Dengan ini menyatakan bahwa di dalam naskah Skripsi tidak dapat 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 di sebutkan dalam bagian utama Skripsi dan Daftar Pustaka.

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

Surabaya, 12 Maret 2026

Yang Membuat Pernyataan



Aryaditya Rabbani

NPM. 21420035

PERSETUJUAN

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Y.M.E sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Media Sosial, *Atmosphere*, Dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Pengunjung Jungkir Balik *Cafe* Kota Sidoarjo”. Penulisan ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana S1 di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penyusunan Skripsi ini tentu saja tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik dari segi material maupun moril, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dra. Ec. Pratiwi Dwi Karjati, M.M.CRA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Ibu Dwi Indah Mustikorini, SE., MM. Selaku ketua Program studi manajemen.
3. Ibu Dr. Titik Inayati, SE., MM. Selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan tenaga dan waktu dalam membimbing dan memberikan arahan, pengetahuan, motivasi dan saran maupun masukan dengan penuh kesabaran selama penulisan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
5. Seluruh karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

6. Bapak dan Mama, dan Aryaduta Ramadhan selaku orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan semangat dan doa restu kepada penulis, sehingga selalu dimudahkan segala urusan, terlebih pada perkuliahan hingga akhirnya penulis sampai pada titik ini.
7. Aisha Sofia Chandra Maharani sebagai wanita yang selalu menemani dalam perjalanan ini dan merupakan salah satu alasan utama penulis tetap tegar dan mampu menyelesaikan proses dari awal penulisan skripsi, mengarahkan hal baik dalam mengambil keputusan, hingga akhirnya penulis sampai pada titik ini.
8. Pandu Aji Wicaksono, Ardhi Hakim, dan Syafira Aulia A. Sebagai sahabat dan teman terbaik di segala kondisi penulis
9. Nazil, Apin, Dayat, Alam, Fendi, Rafly, Rendy, Afrizal sebagai teman dekat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang selalu ada dan memberikan *support* kepada penulis
10. Seluruh teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang tidak dapat penulis sebutkan seluruhnya.
11. Terimakasih kepada diri sendiri karena tidak menyerah dengan keadaan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tuntas.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tulisan ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis dengan lapang hati membuka segala bentuk kritik dan saran yang membangun demi tercapainya kesempurnaan tersebut. Besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh media sosial, *atmosphere*, dan harga terhadap minat berkunjung kembali pada pengunjung Jungkir Balik *Cafe* Kota Sidoarjo. Yang melatar belakangi penelitian ini yaitu meningkatnya persaingan di industry food and baverage serta peran penting media sosial, *atmosphere*, dan harga dalam membentuk keputusan pengunjung untuk berkunjung kembali. Metode penelitian yang digunakan yaitu dengan pendekatan kuantitatif dengan teknik sampel *purposive sampling*, dengan melibatkan 100 responden yang pernah berkunjung pada Jungkir Balik *Cafe* dan aktif menggunakan media sosial. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas, yaitu media sosial, *atmosphere*, dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Temuan ini mengindikasikan bahwa meningkatnya loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh pemasaran melalui media sosial yang efektif, perancangan *atmosphere* yang nyaman, dan penetapan harga yang sesuai dengan pengunjung. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang praktis bagi pelaku usaha *cafe* dalam merancang strategi pemasaran yang berfokus pada pengalaman untuk mempertahankan dan meningkatkan kunjungan ulang.

Kata Kunci: *Media Sosial, Atmosphere, Harga, Revisit Intention*

ABSTRACT

This study aims to investigate the influence of social media, atmosphere, and price on the intention to revisit Jungkir Balik Cafe in Sidoarjo City. The background of this study is the increasing competition in the food and beverage industry and the important role of social media, atmosphere, and price in shaping visitors' decisions to revisit. The research method used is a quantitative approach with purposive sampling technique, involving 100 respondents who have visited Jungkir Balik Cafe and are active social media users. Data was collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression. The results of this study indicate that the three independent variables—social media, atmosphere, and price—significantly influence the intention to revisit. These findings suggest that increased customer loyalty is influenced by effective social media marketing, the design of a comfortable atmosphere, and pricing that aligns with visitors' preferences. This study can provide practical contributions to café business operators in designing marketing strategies focused on experience to retain and increase repeat visits..

Keywords: *Social Media, Atmosphere, Price, Revisit Intention*

DAFTAR ISI

<i>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</i>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<i>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</i>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<i>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</i>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.2 Minat Berkunjung Kembali	18

2.1.3 Media Sosial	20
2.1.4 <i>Atmosphere</i>	24
2.1.5 Harga	27
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	35
2.3.1 Hubungan Antara Media Sosial Dengan Minat Berkunjung Kembali	35
2.3.2 Hubungan Antara <i>Atmosphere</i> Dengan Minat Berkunjung kembali....	36
2.3.3 Hubungan Antara Harga Dengan Minat Berkunjung Kembali	36
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	37
2.5 Kerangka Konseptual.....	38
<i>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</i>	39
3.1 Pendekatan Penelitian	39
3.2 Populasi dan Sampel.....	39
3.2.1 Populasi	39
3.2.2 Sample	39
3.3 Identifikasi Variabel	40
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	41
3.4.1 Media Sosial	41
3.4.2 <i>Atmosphere</i>	42
3.4.3 Harga	42
3.4.4 Minat Berkunjung Kembali	42

3.5 Jenis dan Sumber Data.....	43
3.5.1 Jenis Data.....	43
3.5.2 Sumber Data	43
3.5.3 Metode Pengumpulan Data	43
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas	44
3.6.1 Uji Validitas.....	44
3.6.2 Uji Reabilitas	45
3.7 Teknik Analisis Data.....	45
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	45
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	45
3.7.3 Analisi Regresi Linier Berganda	47
3.7.4 Uji Hipotesis	47
<i>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</i>	<i>49</i>
4.1 Hasil Penelitian.....	49
4.1.1 Gambaran Objek.....	49
4.1.2 Statistik Deskriptif.....	49
4.1.3 Hasil Analisis Data	56
4.2 Pembahasan.....	67
<i>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</i>	<i>71</i>
5.1 Simpulan Penelitian	71
5.2 Keterbatasan Penelitian	72
5.3 Saran Penelitian	72

DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN I.....	77
KUESIONER PENELITIAN.....	77
LAMPIRAN II.....	81
INPUT DATA PENELITIAN.....	81
(PROGRAM SPSS)	81
LAMPIRAN III.....	92
HASIL OLAH DATA PENELITIAN.....	92
(PROGRAM SPSS)	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung pada Jungkir Balik Cafe Kota Sidoarjo	2
Tabel 2. 1 Peneliti Terdahulu	30
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	44
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	50
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia Responden	50
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pernah Berkunjung	51
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Aktif Menggunakan Media Sosial....	51
Tabel 4. 5 Interval Kelas Masing Skor	52
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Media Sosial	53
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Atmosphere	54

Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga	55
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Berkunjung Kembali	56
Tabel 4. 10 Uji Validitas Variabel Media Sosial (X1)	57
Tabel 4. 11 Uji Validitas Variabel Atmosphere (X2)	58
Tabel 4. 12 Uji Validitas Variabel Harga (X3)	58
Tabel 4. 13 Uji Validitas Variabel Minat Berkunjung Kembali	59
Tabel 4. 14 Uji Reliabilitas	59
Tabel 4. 15 Uji Normalitas	60
Tabel 4. 16 Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4. 17 Uji Glesjer	62
Tabel 4. 18 Hasil Analisa Regresi Linier Berganda	63
Tabel 4. 19 Koefisiensi Regresi (R^2)	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	37
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas	6

DAFTAR LAMPIRAN

Kuisisioner Penelitian	77
Data Penelitian (Program SPSS)	81
Validitas X1.....	92
Validitas X2	93
Validitas X3	93
Validitas Y	94
Reliabilitaas X1	94
Reliabilitaas X2	95
Reliabilitaas X3	95
Reliabilitaas Y	96
One-Sample Kolmogorov-Smirnof	96
Uji Multikolinieritas	97
Scatter Plot	97
Uji Glesjer	98
Koefisiensi Regresi (R²)	98
Tabel T	99