

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, LOKASI DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE GACOAN CABANG
MANUKAN SURABAYA
SKRIPSI**

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



Diajukan Oleh :

RANGGA RACHMANSYAH

NPM : 21420030

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2026**

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa didalam 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 disertai digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan, serta diperoleh sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, 10-3-2026

Yang membuat pernyataan



Rangga Rachmansyah

21420030

SKRIPSI

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, LOKASI, DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE GACOAN CABANG MANUKAN
SURABAYA**

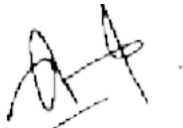
Dipersiapkan dan disusun oleh :

Rangga Rachmansyah

NPM : 21420030

TELAH DISETUJI DAN DITERIMA BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING



Atty Erdiana, SE., M.Ak

Tanggal, 02-02-2020

KETUA PROGRAM STUDI



Dwi Indah Mustikorini, SE., MM

Tanggal, 02-02-2020

SKRIPSI

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, LOKASI, DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE GACOAN CABANG MANUKAN
SURABAYA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Rangga Rachmansyah
NPM : 21420030

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



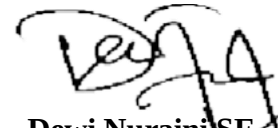
Atty Erdiana, SE., M.Ak

Anggota Tim Penguji



Dr. Dana Aditya, SE., MBA

Anggota Tim Penguji



Dewi Nuraini, SE., M.SM

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

Tanggal 02-02-2026



Dwi Indah Mustikorini, SE., MM
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **“PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, LOKASI, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE GACOAN CABANG MANUKAN SURABAYA”**.

Tujuan penyusunan skripsi ini adalah guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam kesempatan ini, penulis mengakui bahwa tanpa bantuan, dorongan serta motivasi yang diberikan oleh berbagai pihak, penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini. Sehingga perkenankanlah penulis dengan segala kerendahan hati, mengucapkan terima kasih sebanyak-banyak nya kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati, M. Si. selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Ibu Dra. Ec. Hj. Pratiwi Dwi Karjati, M.M., CRA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Atty Erdiana, SE., M.Ak., Selaku Dosen Pembimbing terima kasih karena selama ini telah memberikan bimbingan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu dalam kegiatan belajar mengajar selama di kampus.
5. Seluruh keluarga penulis, khususnya pada ibu, kakak, dan kakak ipar terima kasih banyak atas dukungan dan doa yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Sahabat-sahabat penulis Duta, Elvira, Faizatus, Wawan, Ferdyan terima kasih atas dukungan dan do'a nya yang diberikan kepada penulis.
7. Teman-teman sekelas dan teman-teman angkatan 2021 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu terima kasih atas dukungan dan doa yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak guna menyempurnakan penelitian ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Surabaya, 21 Januari 2026 Penulis,


Rangga Rachmansyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	6
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.1.2 Konsep Pemasaran.....	9
2.1.2 Store Atmosphere.....	12
2.1.2.1 Pengertian Store Atmosphere.....	12

2.1.2.2 Indikator Store Atmosphere	13
2.1.3 Lokasi	15
2.1.3.1 Pengertian Lokasi	15
2.1.3.2 Indikator Lokasi	16
2.1.4 Word Of Mouth.....	17
2.1.4.1 Pengertian Word Of Mouth.....	17
2.1.4.2 Indikator Word Of Mouth	18
2.1.5 Keputusan Pembelian	19
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	19
2.1.5.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	21
2.1.5.3 Indikator Keputusan Pembelian	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Hipotesis dan Kerangka Konseptual.....	27
2.3.1 Hipotesis	27
2.3.2 Kerangka Konseptual	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Pendekatan Penelitian.....	31
3.2 Populasi dan Sampel.....	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel	31
3.2.3 Teknik Sampling	32
3.3 Identifikasi Variabel	33
3.4 Definisi Operasional	34

3.5 Jenis dan Sumber Data.....	38
3.5.1 Jenis Data.....	38
3.5.2 Sumber Data.....	38
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	39
3.7 Teknik Analisis Data	40
3.7.1 Uji Asumsi Klasik	40
1) Uji Normalitas.....	40
2) Uji Heteroskedastisitas	40
3) Uji Multi Kolinearitas	41
3.7.2 Uji Instrumen	41
1) Uji Validitas	41
2) Uji Reliabilitas	42
3.7.3 Uji Regresi Linear Berganda	42
3.7.4 Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	43
3.7.5 Uji Statistik.....	43
1) Uji T.....	43
3.7.6 Uji Dominan	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Penelitian	46
4.2 Hasil Penelitian.....	47
4.2.1 Karakteristik Responden	47
4.2.2 Tanggapan Responden	52
4.3 Analisis Model dan Pengujian Hipotesis.....	57

4.3.1 Uji Asumsi Klasik	57
1) Uji Normalitas.....	57
2) Uji Heteroskedastisitas	59
3) Uji MultiKolinearitas	65
4.3.2 Uji Instrumen.....	61
4.3.2.1 Uji Validitas	61
1) Uji Validitas Store Atmosphere	62
2) Uji Validitas Lokasi	62
3) Uji Validitas Word Of Mouth.....	63
4) Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	64
4.3.2.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	64
1) Uji Reliabilitas Store Atmosphere.....	64
2) Uji Reliabilitas Lokasi.....	65
3) Uji Reliabilitas Word Of Mouth	65
4) Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	66
4.3.3 Hasil Pengujian Regresi Berganda	66
4.3.4 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	68
4.3.5 Hasil Pengujian Statistik/Hipotesis	69
4.3.5.1 Hasil Uji T (Hipotesis 1,2,3)	69
4.3.6 Hasil Uji Dominan.....	70
4.4 Pembahasan.....	71
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN.....	75
5.1 Simpulan	75

5.2	Keterbatasan Penelitian.....	75
5.2	Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Peneletian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 4.1	Karakteristik Frekuensi Pembelian	48
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	48
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Status Pekerjaan.....	50
Tabel 4.5	Karakteristik Pendidikan Terakhir	51
Tabel 4.6	Karakteristik Pendapatan/Uang Saku Per Bulan.....	51
Tabel 4.7	Kategori Mean Masing-masing Variabel	53
Tabel 4.8	Jawaban Responden Mengenai Store Atmosphere	53
Tabel 4.9	Jawaban Responden Mengenai Lokasi.....	54
Tabel 4.10	Jawaban Responden Mengenai Word Of Mouth	55
Tabel 4.11	Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas.....	58
Tabel 4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikoreniaritas	61

Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Store Atmosphere	62
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Lokasi.	62
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Word Of Mouth.....	63
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	64
Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas Store Atmosphere	64
Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas Lokasi.....	65
Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas Word Of Mouth	65
Tabel 4.22 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 4.23 Anaisis Regresi Linear Berganda.....	66
Tabel 4.24 Koefisien Determinasi Berganda	68
Tabel 4.25 Hasil Uji T	69
Tabel 4.26 Nilai Standardized Coefficients Beta	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	30
Gambar 3.1 Kurva Distribusi t	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Input Data
Lampiran 3	Output Data SPSS

ABSTRAK

Persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi, dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mie Gacoan Cabang Manukan Surabaya, baik secara parsial maupun simultan, serta untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Mie Gacoan Cabang Manukan Surabaya, dengan jumlah sampel sebanyak 41 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Store Atmosphere* dan *Word Of Mouth* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tetapi Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Selain itu, secara simultan ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Variabel *Word Of Mouth* merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen Mie Gacoan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, khususnya dalam menciptakan suasana gerai yang menarik, pemilihan lokasi yang strategis, serta penguatan komunikasi word of mouth.

Kata kunci: *Store Atmosphere*, Lokasi, *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The increasingly intense competition in the culinary business requires business actors to understand the factors that influence consumers' purchasing decisions. This study aims to analyze the effects of Store Atmosphere, Location, and Word Of Mouth on consumers' purchasing decisions at Mie Gacoan Manukan Branch, Surabaya, both partially and simultaneously, as well as to identify the most dominant influencing variable. This research employs a quantitative approach using a survey method. The population of this study consists of all consumers of Mie Gacoan Manukan Branch, Surabaya, with a sample of 41 respondents selected using purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS software. The results show that Store Atmosphere and Word Of Mouth partially have a significant effect on purchasing decisions, but Location does not have a significant effect on purchasing decision. Simultaneously, these three variables also have a significant effect on consumers' purchasing decisions. Word Of Mouth is the variable that has the most dominant influence on purchasing decisions. The findings of this study are expected to serve as a consideration for the management of Mie Gacoan in formulating more effective marketing strategies, particularly in creating an attractive Store Atmosphere, selecting a strategic location, and strengthening Word Of Mouth communication. Keywords: Store Atmosphere, Location, Word of Mouth, Purchasing Decision.