

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala Nikmat, Hidayah, Kasih dan Ridho-Nya yang selalu menyertai peneliti dengan penyelesaian Skripsi dengan judul **“PENGARUH WUJUD DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KPEUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA CAFE CORNER TEBING TINGGI”** ini dapat diselesaikan tepat waktu. Selain itu, penulisan Skripsi ini juga dibantu oleh banyak pihak, sehingga peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Lukieto Cahyadi.,M.M., CMA, CERA., CIBA.,CBV. selaku Ketua Yayasan Pendidikan Bina Karya Tebing Tinggi.
2. Bapak Dr. Mangasi Sinurat, SE, M.Si., CMA, CERA.,CIBA.,CBV. selaku Ketua STIE Bina Karya Tebing Tinggi.
3. Bapak H. Didik Gunawan, SE, MM selaku Wakil Ketua I bidang Akademik STIE Bina Karya Tebing Tinggi.
4. Bapak Dr. Willy Cahyadi, S.Kom., SE, M.Si., CMA, CERA., CIBA., CBV selaku Wakil Ketua II bidang Keuangan STIE Bina Karya Tebing Tinggi.
5. Ibu Dr. Rumiris Siahaan, SE, M.Si selaku Wakil Ketua III bidang Kemahasiswaan STIE Bina Karya Tebing Tinggi.
6. Ibu Rusmehwani, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Bina Karya Tebing Tinggi.
7. Bapak Bobby Hartanto S.Kom, M.S.I, CIISA selaku dosen pembimbing II yang telah banyak membantu mengarahkan dan memberikan masukan Penelitian ini kepada Peneliti selama proses penyusunan

Skripsi

8. Seluruh staf pengajar dan pegawai yang telah mendidik dan membantu peneliti selama di perkuliahan di STIE Bina Karya Tebing Tinggi
9. Teristimewa kepada orang tua saya ayahanda dan ibunda yang senantiasa memberikan perhatian dan kasih sayang serta dukungan, doa dan dorongan moral maupun material kepada peneliti.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh Peneliti.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya selalu. Akhir kata, Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat, baik bagi Peneliti maupun yang memerlukannya.

Tebing Tinggi, September 2023

Peneliti

Dinda Maharani

**BINA KARYA
TEBING TINGGI**

DAFTAR ISI

ABSTRAK

ABSTRACT

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Teori Yang Digunakan.....	11
1. Manajemen Pemasaran.....	11
2. Minat Beli Ulang.....	14
3. Keputusan Pembelian.....	17
4. <i>Store Atmosphere</i>	22
5. Wujud (<i>Tangible</i>).....	29
C. Kerangka Konseptual	33
D. Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	36

A. Jenis Penelitian	36
B. Sifat Penelitian	36
C. Lokasi Dan Periode Penelitian	37
D. Populasi Dan Sampel	37
E. Sumber Data	38
F. Metode Pengumpulan Data	39
G. Definisi Operasional Variabel	40
H. Teknik Analisis Data	42
I. Uji Hipotesis	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Gambaran Objek Penelitian.....	48
1. Profil Café Corner Tebing Tinggi	48
2. Logo Café Corner	48
3. Struktur Organisasi	50
B. Deskripsi Karakteristik Responden	52
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	53
C. Deskripsi Jawaban Responden	53
1. Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli Ulang (Y)	54
2. Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Z)	56
3. Distribusi Frekuensi Variabel Wujud (X1)	58
4. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X2)	61
D. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	63

1. Uji Validitas.....	63
2. Uji Reliabilitas.....	66
E. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	67
F. Pengujian Hipotesis.....	69
G. Pembahasan Hasil Penelitian	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Prasurvei Minat Beli Ulang Pada Cafe Corner Tebing Tinggi	2
Tabel 1.2 Prasurvei Wujud (<i>Tangible</i>) Café Corner	3
Tabel 1.3 Jumlah Pesanan Bulan September 2022 – Februari 2023	6
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1. Skala Pengukuran.....	40
Tabel 3.2. Defenisi Operasional Variabel Penelitian	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	53
Tabel 4.3 Karakteristik Jawaban Item Variabel Minat Beli Ulang(Y)	54
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Item Variabel Keputusan Pembelian(Z).....	56
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Item Variabel Wujud (X1).....	59
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Item Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X2).....	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen Menggunakan <i>Loading Factor</i>	64
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Instrumen Menggunakan <i>Cross Loading</i>	65
Tabel 4.9 Perhitungan AVE, <i>Cronbach Alpha</i> , dan <i>Composite Reliability</i>	66
Tabel 4.10 Nilai Korelasi	67
Tabel 4.11 <i>Path Coefficients</i>	70
Tabel 4.12 Indirect Effect	73
Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis (Rangkuman Sebelum Hipotesis).....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Store Atmosphere</i> Pada Café Corner Tebing Tinggi.....	4
Gambar 1.2 <i>Store Atmosphere</i> Pada Café Corner Tebing Tinggi.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	31
Gambar 4.1 Suasana dan Ruangannya Pada Café Corner	48
Gambar 4.2 Suasana dan Ruangannya Pada Café Corner	49
Gambar 4.3 Logo Café Corner.....	49
Gambar 4.4 Struktur Organisasi Café Corner Tebing Tinggi.....	50
Gambar 4.5 <i>Outer Model</i>	63
Gambar 4.6 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	67

