

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *BRAND IMAGE*, *VARIETY PRODUCT* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (SURVEI PADA KONSUMEN WARUNK WOW KWB PONOROGO)



SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat – syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (s-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

Nama : Vivi Dwi Pebriyanti

NIM : 18414724

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2022

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *BRAND IMAGE*, *VARIETY PRODUCT* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (SURVEI PADA KONSUMEN WARUNK WOW KWB PONOROGO)



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat – syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (s-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Vivi Dwi Pebriyanti

NIM : 18414724

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Store Atmosphere*, *Brand Image*, *Variety Product* Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pada Konsumen Warunk WOW KWB Ponorogo)
Nama : Vivi Dwi Pebriyanti
NIM : 18414724
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 21 Februari 2000
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
Diujikan Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I


Naning Kristivana, SE., MM
NIDN. 0721117501

Ponorogo, 08 Agustus 2022
Pembimbing II


Premi Wahyu Widvaningrum, S.AB., M.AB
NIDN. 0711128403

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIP. 19760508 200501 1 002

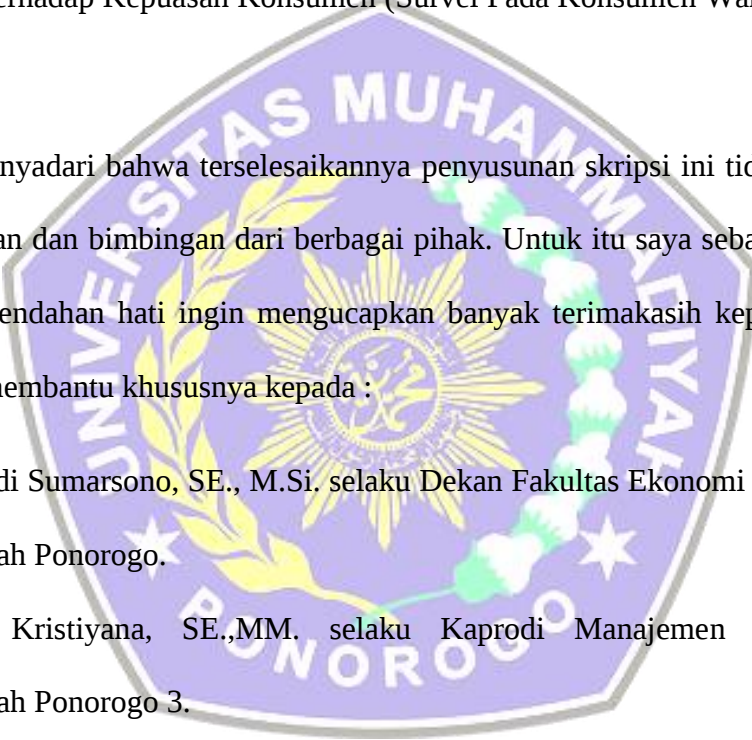
Dosen Penguji :


Naning Kristivana, SE., MM
NIDN. 0721117501


Adi Santoso, S.E., M.M
NIDN. 0727118803


Wahna Widhianingrum, SP., MM
NIDN. 0707118602

KATA PENGANTAR

Puji syukur selalu terpanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT atas segala limpahan rahmatnya, ridho serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere*, *Brand Image*, *Variety Product* Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen Warunk WOW KWB Ponorogo)”.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu saya sebagai penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu khususnya kepada :

1. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Naning Kristiyana, SE.,MM. selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo 3.
3. Ibu Naning Kristiyana, SE.,MM. dan Ibu Premi Wahyu Widyaningrum. S.AB.,M.AB selaku dosen pembimbing yang penuh kesabaran dalam memberikan arahan, petunjuk dan bantuannya hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Terimakasih kepada Alm.ayah dan juga ibu saya yang membuat saya bisa sampai di titik ini yang membantu dan mendukung saya baik secara moril maupun materil.
5. Terimakasih kepada teman-teman yang telah mensupport dan membantu.
6. *Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *BRAND IMAGE*, *VARIETY PRODUK*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Survei Pada Konsumen Warunk WOW
KWB Ponorogo)**

Vivi Dwi Pebriyanti

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

RINGKASAN

Perkembangan bisnis *coffee shop* kian melejit di Ponorogo, hampir di setiap wilayah dapat kita jumpai *coffee shop*. Keberadaan *coffee shop* bagi anak muda menjadi salah satu alternatif memanfaatkan waktu luang, belajar ataupun tujuan lainnya. Eksistensi *coffee shop* yang terus meningkat ini membuat persaingan pada pasar bisnis ini pun semakin ketat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menguji pengaruh *Store Atmosphere*, *Brand Image*, *Variety Product* Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen Warunk WOW KWB Ponorogo). Penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Pengumpulan data pada penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dari penyebaran kuisioner. Jumlah sampel terdiri dari 100 orang, dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Warunk WOW KWB Ponorogo. (2) *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Warunk WOW KWB Ponorogo. (3) *Variety Product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Warunk WOW KWB Ponorogo. (4) *Store Atmosphere*, *Brand Image*, *Variety Product* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Warunk WOW KWB Ponorogo.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, *Brad Image*, *Variety Product*, Kepuasan Konsumen

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 3 Agustus 2022



(Vivi Dwi Pebriyanti)

NIM. 18414724

MOTTO

“Perjalanan seribu mil dimulai dari satu langkah”

-Lao Tzu



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	vi
RINGKASAN	v
PERNYATAAN YANG MENYINGGUNG KODE ETIK.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I.....	12
PENDAHULUAN	12
A. Latar Belakang.....	12
B. Rumusan masalah.....	19
C. Tujuan Penelitian.....	20
D. Manfaat Penelitian.....	20
BAB II.....	21
TINJAUAN PUSTAKA.....	21
A. Landasan Teori	21
B. Penelitian Terdahulu.....	34
C. Kerangka Pemikiran	36
D. Hipotesis	37
BAB III.....	40
METODE PENELITIAN.....	40
A. Ruang Lingkup Penelitian	40
B. Populasi Dan Sampel.....	40
C. Metode Pengambilan Data	42
D. Teknik Pengumpulan Data	42
E. Definisi Operasional Variabel.....	43
F. Metode Analisis Data.....	46
BAB IV	51

HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Hasil Penelitian	51
B. Karakteristik Responden.....	53
C. Identifikasi Jawaban Responden.....	56
D. Metode Analisis Data.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
A. Kesimpulan.....	90
B. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN	96



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Beberapa Coffee Shop di Kota Ponorogo	17
Tabel 2. Jumlah Pengunjung pada Warunk WOW KWB Ponorogo 2022	18
Tabel 3. Penelitian Terdahulu	34
Tabel 4. Skala Pengukuran Likert.....	43
Tabel 5 Daftar Varian Menu dan Harga Warunk WOW KWB Ponorogo.....	52
Tabel 6 Derkripsi responden berdasarkan jenis kelamin.....	54
Tabel 7 Derkripsi responden berdasarkan usia.....	55
Tabel 8 Deskripsi responden berdasarkan pendapatan.....	56
Tabel 9 Jawaban responden terkait variabel Store Atmosphere (X1).....	57
Tabel 10 Jawaban responden terkait variabel Brand Image (X2).....	62
Tabel 11 Jawaban responden terkait variabel Variety Product (X3).....	67
Tabel 12 Jawaban responden terkait variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	70
Tabel 13 Hasil Uji Validitas.....	73
Tabel 14 Hasil Uji Reliabilitas.....	75
Tabel 15 Hasil Uji Normalitas.....	76
Tabel 16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	77
Tabel 17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	79
Tabel 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	81
Tabel 19 Hasil Uji T (Parsial).....	82
Tabel 20 Hasil Uji F.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Konsumsi Kopi Nasional Tahun 2016 Sampai 2020	13
Gambar 2. Model Perilaku Konsumen.....	32
Gambar 3. Kerangka Pemikiran Peneliti	36
Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	78

