

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *WORD OF MOUTH*, DAN *DAYA  
TARIK PROMOSI* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MIE NGEYEL  
SS PONOROGO**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna  
memperoleh Gelar Sarjana Program Starta satu (S-1)**

**Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi**

**Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

**Nama : Khairus Sholeh**

**NIM : 17414609**

**Program Studi : Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2022**

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *WORD OF MOUTH*, DAN *DAYA  
TARIK PROMOSI* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MIE NGEYEL  
SS PONOROGO**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna  
memperoleh Gelar Sarjana Program Starta satu (S-1)**

**Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi**

**Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

**Nama : Khairus Sholeh**

**NIM : 17414609**

**Program Studi : Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2022**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul : Pengaruh *Store Atmosphere*, *Word Of Mouth*, dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Mie Ngeyel SS Ponorogo  
Nama : Khairus Sholeh  
N I M : 17414609  
Tempat, Tanggal Lahir : Madiun, 27 Juni 1999  
Program Studi : Manajemen


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

Ponorogo, 26 Juli 2022

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom  
NIDN. 0025057401

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

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi

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


Dosen Penguji :


Dosen Penguji I

Dosen Penguji II

Dosen Penguji III

  
Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom  
NIDN. 0025057401

  
Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si.  
NIDN. 0008057601

  
Dra. Umi Farida, MM  
NIDN. 0710016101

## RINGKASAN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, *word of mouth*, dan daya tarik promosi berpengaruh terhadap konsumen mie ngeyel ss ponorogo, populasi pada penelitian ini adalah konsumen mie ngeyel ss ponorogo. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner, teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere*, *word of mouth*, dan daya tarik promosi berpengaruh terhadap minat beli konsumen mie ngeyel ss ponorogo.



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin segala puji hanya milik Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dicurahkan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini hingga selesai. Sholawat serta salam kita panjatkan kepada nabi Muhammad SAW. Yang telah memberikan rahmat taufik serta hidayahnya kepada kita semua.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih atas segala bantuan yang telah diberikan, bimbingan, dukungan sehingga skripsi ini dapat selesai.

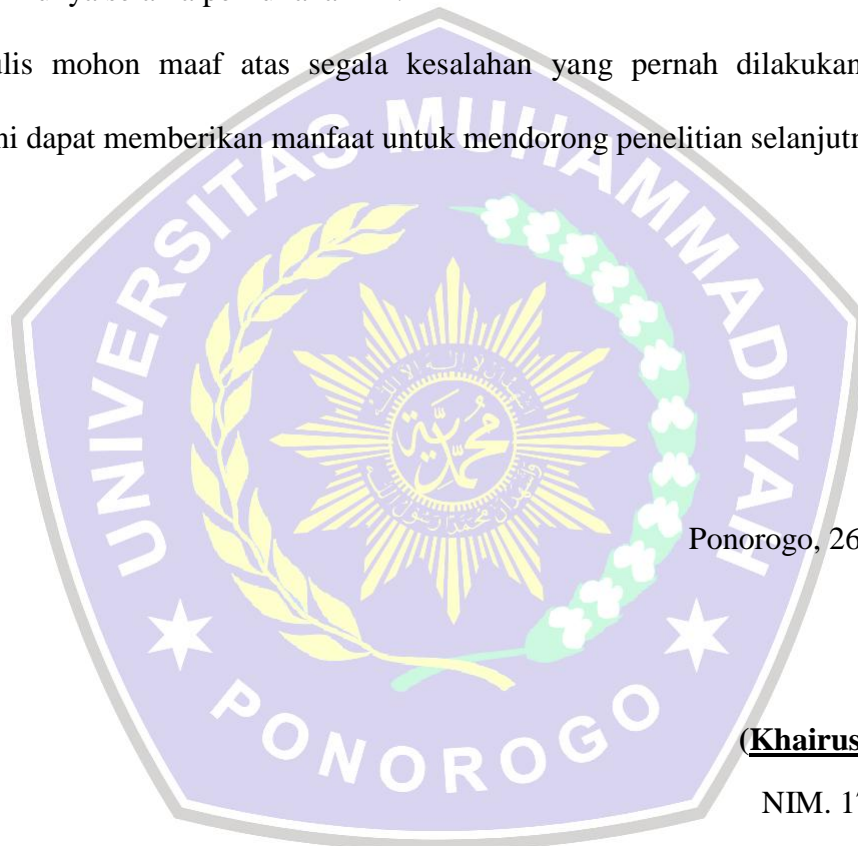
Kepada :

1. Keluarga tercinta, khususnya kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa, bimbingan dan motivasi kepada penulis selama menempuh pendidikan sampai terselesaikannya skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Bapak Dr. Happy Susanto, M.A., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Ibu Naning Kristiyana, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Bapak Dr. Heri Wijayanto, ST.,MM.M.KOM selaku Dosen Pembimbing I yang banyak meluangkan waktu serta tenaga dalam membimbing penulis dari awal hingga akhir penyusunan skripsi.



6. Ibu Premi Wahyu W., S.AB., M.AB selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah banyak meluangkan waktu serta tenaga dengan memberikan masukan yang sangat berguna dalam membimbing penulis dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan banyak pelajaran, bimbingan dan ilmunya selama perkuliahan ini.

Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan. semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong penelitian selanjutnya.



Ponorogo, 26 Juli 2022

**(Khairus Sholeh)**

NIM. 17414609

### 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 akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, Juli 2022



(Khairus Sholeh)

NIM. 17414609

## MOTTO

Resiko paling besar adalah tidak mengambil resiko. Dalam dunia yang berubah dengan cepat, strategi yang pasti akan gagal adalah tidak mengambil resiko”

**-Mark Zuckerberg**

“Orang yang meraih kesuksesan tidak selalu orang yang pintar, tapi orang yang selalu meraih kesuksesan adalah orang yang gigih dan pantang menyerah”

**-Susi Pudjiastuti**



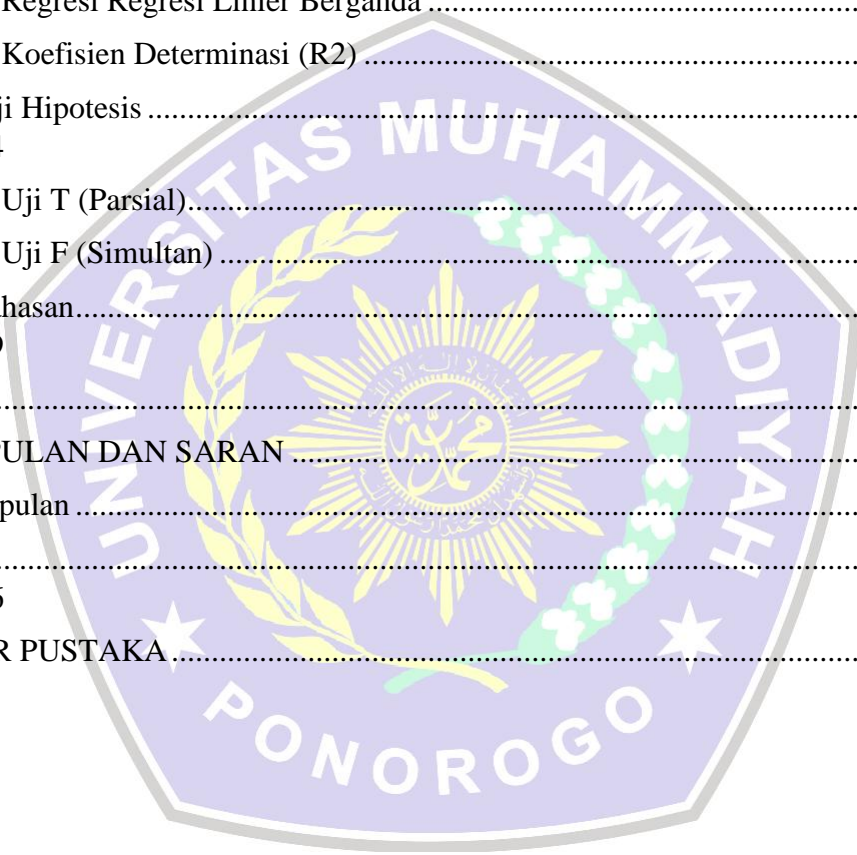


## DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
RINGKASAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN.....	vii
MOTTO .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I 1	
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA .....	7
A. Landasan Teori .....	7
1. Manajemen Pemasaran.....	7
2. Bauran Pemasaran / Marketing Mix .....	11
3. Perilaku Konsumen .....	14
4. <i>Store Atmosphere</i> .....	20
5. <i>Word Of Mouth</i> .....	23
6. Daya Tarik Promosi .....	26
7. Minat Beli .....	30
B. Penelitian Terdahulu .....	33

C.	Kerangka Pemikiran .....	35
D.	Hipotesis .....	36
BAB III .....		37
METODE PENELITIAN .....		37
A.	Ruang Lingkup Penelitian .....	37
B.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	37
1.	Populasi.....	37
2.	Sampel.....	38
C.	Metode Pengambilan Data.....	39
1.	Data primer.....	39
D.	Definisi Operasional Variabel .....	40
E.	Metode Analisis Data.....	41
1.	Metode Kuantitatif .....	41
2.	Uji instrumen.....	42
3.	Uji Asumsi Klasik.....	43
4.	Alat analisa.....	45
5.	Uji Hipotesis .....	47
BAB IV		49
HASIL DAN PEMBAHASAN .....		49
A.	Sejarah Singkat Mie Ngeyel SS.....	49
B.	Gambaran Umum Responden.....	49
1.	Profil Responden.....	49
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	51
C.	Deskripsi Jawaban Responden.....	52
1.	Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X1).....	52
2.	Variable <i>Word Of Mouth</i> (X2).....	53

3. Variable Daya Tarik Promosi (X3).....	54
4. Variable Minat Beli (Y) .....	55
D. Uji Instrument .....	56
1. Uji Validitas .....	56
2. Uji Reliabilitas .....	58
3. Uji asumsi klasik.....	59
E. Alat Analisis Data.....	61
1. Regresi Regresi Linier Berganda .....	61
2. Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	64
F. Uji Hipotesis .....	64
1. Uji T (Parsial).....	64
2. Uji F (Simultan) .....	68
G.Pembahasan.....	69
BAB V .....	75
KESIMPULAN DAN SARAN .....	75
A.Kesimpulan .....	75
B.Saran .....	76
DAFTAR PUSTAKA .....	78



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	52
Tabel 6. Tanggapan responden terhadap variable Store Atmosphere (X1) .....	54
Tabel 7. Tanggapan Responden terhadap Variabel Word Of Mouth (X2) .....	55
Tabel 8. Tanggapan Responden terhadap Variabel Faktor Psikologis (X3) .....	56
Tabel 9. Tanggapan Responden terhadap Variabel Minat Beli (Y) .....	57
Tabel 10. Hasil Uji Validitas.....	58
Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas .....	59
Tabel 12. Hasil Uji Normalitas .....	60
Tabel 13. Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 14. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	62
Tabel 15. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
Tabel 16. Koefisien Determinasi.....	65
Tabel 17. Hasil Uji t.....	66
Tabel 18. Hasil Uji f (simultan) .....	69



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 2. Daerah Penolakan H01 dan Penerimaan Ha1 .....	67
Gambar 3. Daerah Penolakan H02 dan Penerimaan Ha2 .....	68
Gambar 4. Daerah Penolakan H03 dan Penerimaan Ha3 .....	69



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	89
Lampiran 3. r hitung.....	96
Lampiran 4. Uji Validitas.....	99
Lampiran 5. Reliabilitas.....	102
Lampiran 6. Tabel t.....	103
Lampiran 7. F-Tabel.....	105
Lampiran 8. Analisis Regresi Linier Berganda.....	107
Lampiran 9. Hasil Hipotesis.....	108
Lampiran 10. Uji Asumsi Klasik.....	109

