

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *CUSTOMER
EXPERIENCE*, DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFE RECOF INDONESIA
JLN CAKRANINGRAT**



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 : Acitra Cahya Kamila

NIM : 22415655

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2026

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *CUSTOMER EXPERIENCE*, DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFE RECOF INDONESIA
JLN CAKRANINGRAT**



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 : Acitra Cahya Kamila
NIM : 22415655
Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2026

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Store Atmosphere*, *Customer Experience*, dan
Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe
Recof Indonesia Jln Cakraningrat

Nama : Acitra Cahya Kamila

NIM : 22415655

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 12 Maret 2004

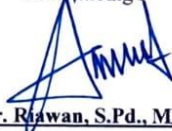
Program Studi : Manajemen

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

Ponorogo,

Pembimbing I



Dr. Riawan, S.Pd., MM

NUPTK. 537763664131113

Pembimbing II



Dwi Warni Wahyuningsih, SE., MM

NUPTK. 4742764665231052

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

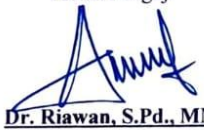


Dr. Slamet Santoso, SE., M.Si

NIK. 19701016 199904 12

Dosen Penguji :

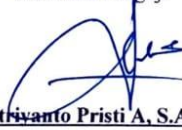
Ketua Penguji



Dr. Riawan, S.Pd., MM

NUPTK. 537763664131113

Sekretaris Penguji



Eka Destriyanto Pristi A, S.AB., MM

NUPTK. 55437626632310334

Anggota Penguji



Yusup Arip, SE., MM

NUPTK. 8446763664137003

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, 15 Juli 2026



Acitra Cahya Kamila

22415655

MOTTO

“ Ilmu itu didapat dengan belajar, dan sabar itu didapat dengan melatih kesabaran
serta setiap amal tergantung pada niatnya”

~ HR. Bukhari & Muslim ~

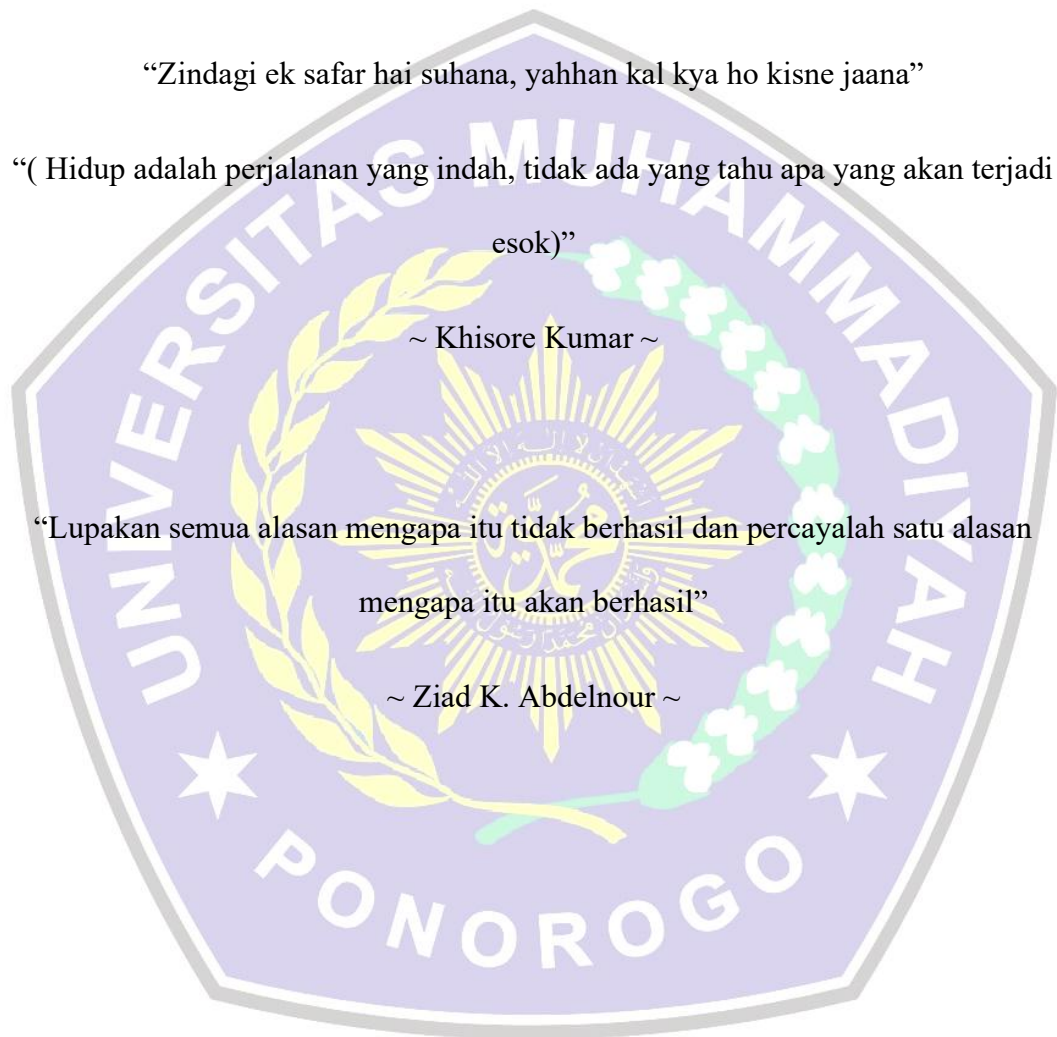
“Zindagi ek safar hai suhana, yahhan kal kya ho kisne jaana”

“(Hidup adalah perjalanan yang indah, tidak ada yang tahu apa yang akan terjadi
esok)”

~ Khisore Kumar ~

“Lupakan semua alasan mengapa itu tidak berhasil dan percayalah satu alasan
mengapa itu akan berhasil”

~ Ziad K. Abdelnour ~



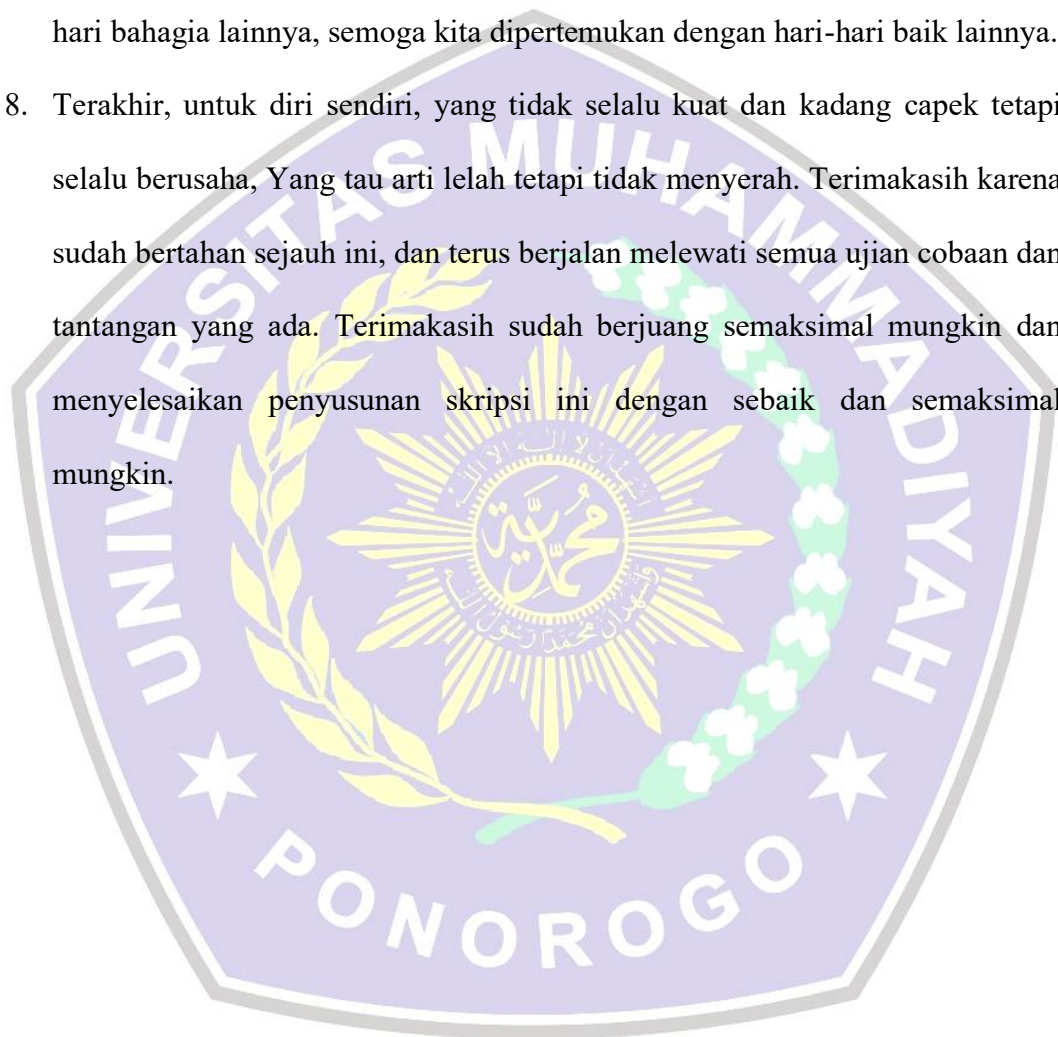
PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh syukur, dan kesabaran yang luar biasa.

Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Sebagai ungkapan rasa cinta dan terimakasih, karya tulis tugas akhir ini penulis persembahkan kepada :

1. Kepada Allah SWT yang telah memberikan penulis kekuatan, membekali dengan ilmu serta segala limpahan rahmat dan karunia-Nya serta kemudahan yang engkau berikan selama proses sehingga skripsi ini terselesaikan dengan lancar.
2. Kepada seluruh keluarga besar penulis, khususnya kepada kedua orang tua saya yang telah mendoakan dan memberikan perhatian serta dukungan secara menyeluruh sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Bapak Dr. Riawan S.PD., MM selaku dosen pembimbing I, terimakasih telah memberikan bimbingan, nasehat, arahan, kritik, saran dan selalu berkenan meluangkan waktunya ditengah kesibukan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
4. Ibu Dwi Warni Wahyuningsih, S.E., MM selaku dosen pembimbing II, terimakasih telah memberikan nasehat, kritik dan saran, sehingga penulis dapat termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Semua pihak yang terlibat, Cafe Recof Indonesia Jln Cakraningrat Kauman terimakasih atas kesempatan, bantuan serta kerja sama yang sangat berarti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

6. Sahabat seperjuangan terimakasih atas perjuangan selama ini atas doa, dukungan, support serta susah, senang selama pengerjaan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada Febriana Novikasari teman penulis dari maba hingga sekarang terimakasih telah menemani dalam proses ini baik senang, sedih, susah, dan hari bahagia lainnya, semoga kita dipertemukan dengan hari-hari baik lainnya.
8. Terakhir, untuk diri sendiri, yang tidak selalu kuat dan kadang capek tetapi selalu berusaha, Yang tau arti lelah tetapi tidak menyerah. Terimakasih karena sudah bertahan sejauh ini, dan terus berjalan melewati semua ujian cobaan dan tantangan yang ada. Terimakasih sudah berjuang semaksimal mungkin dan menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan sebaik dan semaksimal mungkin.



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb,

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena dengan izin dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “ *Pengaruh Store Atmosphere, Customer Experience, dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Recof Indonesia Jln Cakraningrat*”. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan penyelesaian Program Studi Sarjana (S1) Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Skripsi ini masih memiliki keterbatasan, baik dari segi kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman penulis. Sehubungan dengan itu, penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini. Maka dari itu, penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas limpahan rahmat, izin, ridho, rasa sabar, kemudahan, serta kelancaran yang diberikan kepada penulis mulai dari awal penelitian hingga selesai penelitian.
2. Bapak Dr. Rido Kurnianto M.Ag selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Dr. Riawan, S.Pd., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Bapak Dr. Riawan, S.Pd., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh selama proses penyelesaian skripsi.

6. Ibu Dwi Warni Wahyuningsih, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh selama proses penyelesaian skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo beserta staf atas ilmu dan pengalaman yang telah diberikan.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik kepada semua yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu kritik dan saran sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Ponorogo, 15 Juli 2026



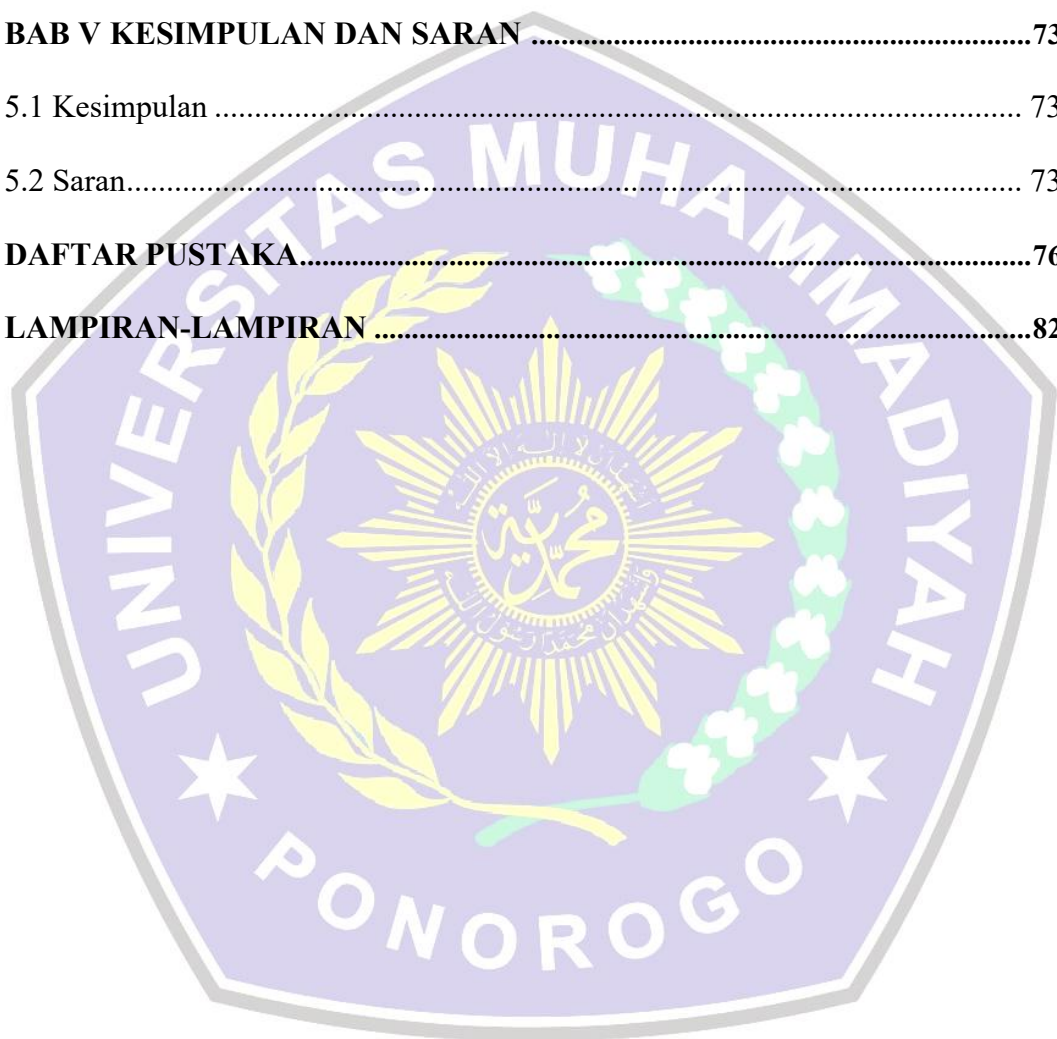
Acitra Cahya Kamila

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i.
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1. Tujuan Penelitian.....	9
2.Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori.....	11
1.S-O-R (Stimulus-Organism-Response)	11
2.Perilaku Konsumen.....	13
3.Store Atmosphere	19
4.Customer Experience.....	23

5.Perceived Value	27
6.Keputusan Pembelian	30
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	35
2.4 Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	39
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	39
1. Populasi.....	39
2. Sampel	39
3.3 Metode Pengambilan Data	41
1. Data Primer	41
2.Data Sekunder.....	41
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	43
3.6 Metode Analisis Data	44
1.Analisa Outer Model.....	44
2.Analisa Model Struktural (Inner Model)	46
3.Pengujian Hipotesis	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.2 Gambaran Umum Responden	49
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	53
4.4 Pengujian.....	60

1. Skema model.....	60
2. Analisis outer model.....	61
3. Analisis inner model.....	65
4. Pengujian hipotesis.....	67
4.5 Pembahasan.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN-LAMPIRAN	82



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Indikator Store Atmosphere	22
Tabel 2 Indikator Customer Experience	26
Tabel 3 Indikator Perceived Value.....	29
Tabel 4 Indikator Keputusan Pembelian	33
Tabel 5 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 6 Definisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	53
Tabel 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung	55
Tabel 12 Pengelompokan Total Skor	56
Tabel 13 Tanggapan Responden Terhadap Store Atmosphere	57
Tabel 14 Tanggapan Responden Terhadap Customer Experience	58
Tabel 15 Tanggapan Responden Terhadap Perceived Value.....	60
Tabel 16 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	61
Tabel 17 Hasil Nilai Loading factor.....	63
Tabel 18 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	64
Tabel 19 Hasil Nilai Cross Loading.....	65
Tabel 20 Tabel hasil analisis fornell-larcker	66
Tabel 21 Nilai Composite Reliability	66
Tabel 22 Nilai Cronbach's alpha.....	67
Tabel 23 Nilai R-Square.....	66

Tabel 24 Hasil Path Coefficient	69
---------------------------------------	----

Tabel 25 Hasil Path Coefficient Pengujian Hipotesis.....	67
--	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual	36
Gambar 2 Logo Cafe Recof Indonesia.....	50
Gambar 3 Skema Model.....	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	84
Lampiran 2 Frekuensi Karakteristik Responden.....	90
Lampiran 3 Rekapitulasi Responden Terhadap Variabel.....	92
Lampiran 4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel.....	100
Lampiran 5 Hasil Olah Data Smart PLS 4.0	101
Lampiran 6 Foto-Foto Pendukung	105
Lampiran 7 Surat Izin Penelitian.....	108
Lampiran 8 Bukti Submit Artikel	109
Lampiran 9 Hasil Cek Plagiasi.....	110
Lampiran 10 Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	111

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Store Atmosphere*, *Customer Experience*, dan *Perceived Value* terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Recof Indonesia Jalan Cakraningrat Ponorogo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 160 responden yang dipilih menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Instrumen penelitian diukur menggunakan skala likert 10 poin dan dianalisis dengan metode Partial Least Square (PLS) menggunakan software SmartPLS 4.0. Hasil pengujian outer model menunjukkan bahwa seluruh indikator memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas sehingga layak digunakan dalam penelitian. Hasil pengujian inner model menunjukkan nilai R-Square sebesar 0,665, yang berarti variabel *Store Atmosphere*, *Customer Experience*, dan *Perceived Value* mampu menjelaskan Keputusan Pembelian sebesar 66,5%. Sedangkan sisanya sebesar 33,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian ($T\text{-statistic} = 2,883$; $p\text{-value} = 0,004$), *Customer Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian ($T\text{-statistic} = 2,390$; $p\text{-value} = 0,017$). Serta *Perceived Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian ($T\text{-statistic} = 6,971$; $p\text{-value} = 0,000$). Variabel *Perceived Value* merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan demikian, semakin baik suasana cafe, pengalaman pelanggan, dan nilai yang dirasakan konsumen. Maka semakin tinggi pula keputusan pembelian pada Cafe Recof Indonesia Jalan Cakraningrat Ponorogo.

Kata Kunci : Store Atmosphere, Customer Experience, Perceived Value,
Keputusan Pembelian

