

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* PADA NIAT BELI DENGAN *WORD OF MOUTH* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen

(S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Josef Marcelino Wibowo Adenan

NPM: 190325173

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

SEPTEMBER 2024

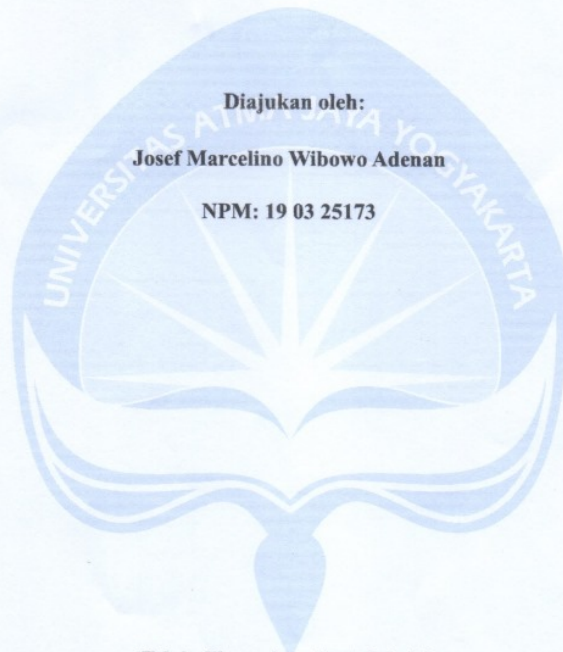
LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* PADA NIAT BELI DENGAN *WORD OF MOUTH* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Diajukan oleh:

Josef Marcelino Wibowo Adenan

NPM: 19 03 25173



Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'W. Krisjanti', is written over the name of the supervisor.

Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D.

14 Oktober 2024

SKRIPSI
PENGARUH STORE ATMOSPHERE PADA NIAT BELI DENGAN WORD OF MOUTH SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Yang telah dipersiapkan dan disusun oleh
Josef Marcelino Wibowo Adenan
NPM: 190325173

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
Pada tanggal 14 Oktober 2024
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
Persyaratan untuk mencapai Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D.

Anggota Panitia Penguji


Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.


Api Adyantari, SA., M.B.A.

Yogyakarta, 14 Oktober 2024
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D.

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria atas rahmat kurnia dan penyertaan-Nya yang selalu menguatkan penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere* Pada Niat Beli Dengan *Word of Mouth* Sebagai Variabel Mediasi”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi gelar sarjana (S1) Manajemen pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:


1. Keluarga tersayang, Dominikus Agus Wibowo Kurnianto (Papi), Emmelia Endang Kuswardani (Mami), Josef Marcelino Wibowo Adenan (Adik), keluarga besar alm. Opa Ferry Adenan dan alm. Oma Maria Yohana Saparyatoen Ferry Adenan, keluarga besar Eyang Kung Niec. V. Soewarko dan Eyang Ti Th. Koestijah, atas dukungan, motivasi, dan doanya untuk penulis. Terima kasih telah bersabar dan yakin bahwa penulis sanggup meraih gelar Sarjana Manajemen.
2. Ibu Wenefrida Mahestu Noviandra Krisjanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D., selaku dosen pembimbing penulis yang telah meluangkan waktunya dan dengan sabar membimbing dan memberikan masukan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

3. Teman-teman Senja Resto Kaliurang (Bima, Bagas, Dimas Putra Aditama, Icha, Nicky, Agung, Gembul, Ricky dan masih banyak lagi), terima kasih atas dinamikanya selama 9 bulan boleh bekerja disana.
4. Kimberley Ivanovic Van Luijk yang sudah memberikan semangat dan dukungan setiap hari sejak awal bertemu.
5. Diri sendiri, yang sudah berjuang melawan kemalasan dan keadaan yang naik turun.
Terima kasih, tetap semangat, tetap sehat dan terus berjuang ya!

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini bisa lebih baik lagi.
Terima kasih.

Yogyakarta, 5 September 2024

Penulis



Josef Marcelino Wibowo Adenan

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* PADA NIAT BELI DENGAN *WORD OF MOUTH* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Disusun oleh:

Josef Marcelino Wibowo Adenan

NPM: 190325173

Pembimbing:

Wenefrida Mahestu Noviandra Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap niat beli dengan *word of mouth* sebagai variabel mediasi. Objek dari penelitian ini adalah Senja Resto Kaliurang. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 158 orang yang merupakan pelanggan dari Senja Resto Kaliurang. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner dalam bentuk Google Form dengan menggunakan skala *likert* 5 poin. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan bantuan program *software* SPSS 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh terhadap *word of mouth* serta niat beli, dan *word of mouth* memediasi *store atmosphere* dengan niat beli.

Kata Kunci: *Store Atmosphere, Word of Mouth, Niat Beli*

MOTTO

“FINISH WHAT YOU START.”

– Peter Hollins

“It always seems impossible until it’s done”

– Nelson Mandela

“Do your best, let God do the rest”

– NN

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
Abstrak	vi
MOTTO	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Pengertian Store Atmosphere.....	7
2.1.1 Karakteristik <i>Store Atmosphere</i>	8
2.1.2 Elemen Store Atmosphere	9
2.2 Definisi <i>Word of Mouth</i> (WOM).....	10
2.2.1 <i>Word of Mouth Intensity</i>	11
2.3 Niat Beli	12
2.4 Sejarah Senja Resto Kaliurang.....	15
2.5 Penelitian Terdahulu	16
2.6 Gambar Model Penelitian.....	20
2.7 Pengembangan Hipotesis	21
2.7.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap WOM.....	21
2.7.2 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Niat Beli	21

2.7.3	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Niat Beli	22
2.7.4	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Sebagai Mediasi <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Niat Beli	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		24
3.1.	Jenis Penelitian	24
3.2.	Objek dan Subjek Penelitian	24
3.3.	Populasi, Sampel Penelitian, dan Metode Pengambilan Sampel	25
3.4.	Metode Pengumpulan Data	26
3.5.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	26
3.6.	Teknik Pengukuran dan Instrumen Penelitian	31
3.7.	Pengujian Instrumen Penelitian	33
3.7.1.	Uji Validitas	33
3.7.2.	Uji Reliabilitas	35
3.8.	Metode Analisis Data	36
3.8.1.	Analisis Statistik Deskriptif	36
3.8.2.	Analisis Regresi Berganda	36
3.8.3.	Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>)	36
3.8.4.	Uji Kelayakan Model	37
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		42
4.1.	Analisis Data	42
4.1.1.	Analisis Statistik Deskriptif	42
4.1.2.	Analisis Regresi Berganda	42
4.1.3.	Analisis Regresi Sederhana	45
4.1.4.	Analisis Uji Mediasi	47
4.2.	Pembahasan	48
4.2.1.	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap <i>Word of Mouth</i>	48
4.2.2.	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Niat Beli	49
4.2.3.	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Niat Beli	49
4.2.4.	<i>Word of Mouth</i> Memiliki Pengaruh Mediasi Antara <i>Store Atmosphere</i> dan Niat Beli	50
BAB V PENUTUP.....		52
5.1	Kesimpulan.....	52

5.2	Implikasi Manajerial	52
5.3	Kelemahan Penelitian.....	53
5.4	Saran untuk Penelitian Berikutnya.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....		54

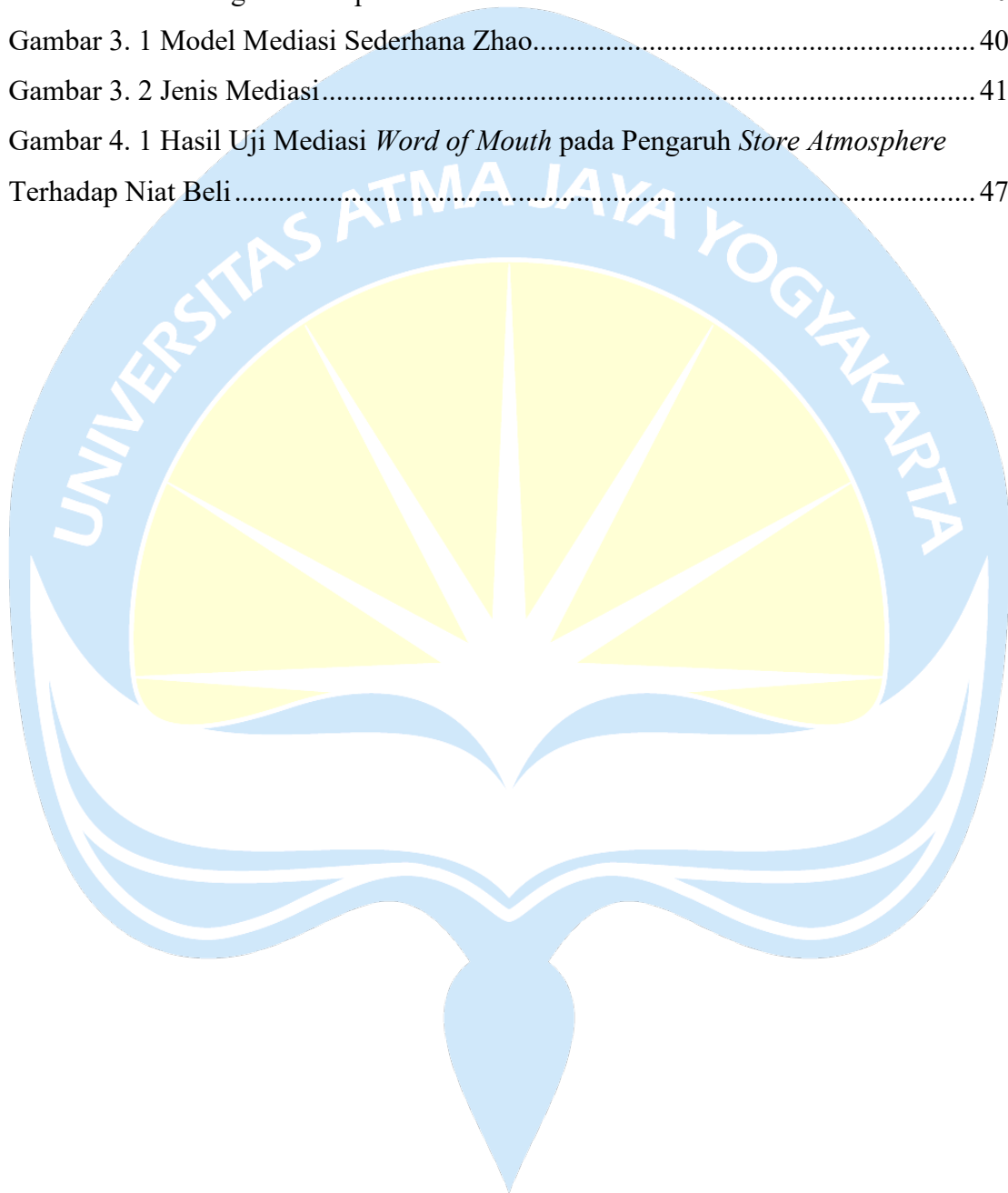


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	28
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Instrumen	34
Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas	35
Tabel 4. 1 Informasi Statistik Responden	42
Tabel 4. 2 Hasil Uji T (Uji Hipotesis Regresi Berganda)	44
Tabel 4. 3 Hasil Uji T (Uji Hipotesis Regresi Sederhana).....	46
Tabel 4. 4 Uji Mediasi <i>Word of Mouth</i> pada <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Niat Beli .	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembeli	13
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual Penelitian	20
Gambar 3. 1 Model Mediasi Sederhana Zhao.....	40
Gambar 3. 2 Jenis Mediasi.....	41
Gambar 4. 1 Hasil Uji Mediasi <i>Word of Mouth</i> pada Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Niat Beli.....	47



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I GOOGLE FORM PENGISIAN KUESIONER.....	59
LAMPIRAN II PERTANYAAN KUESIONER	60
LAMPIRAN III JAWABAN PERTANYAAN.....	65
LAMPIRAN IV HASIL OLAH DATA.....	70
LAMPIRAN V JURNAL ACUAN.....	74

