



**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP MINAT BELI
ULANG PADA MIXUE (STUDI PADA PELANGGAN
MIXUE SOSROKARTONO KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

DELA PUTRI YUNIARTI

NIM:201911750

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA MIXUE (STUDI PADA PELANGGAN MIXUE SOSROKARTONO KUDUS)

Skripsi diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh :

DELA PUTRI YUNIARTI

201911750

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

TAHUN 2024

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP MINAT BELI
ULANG PADA MIXUE (STUDI PADA PELANGGAN
MIXUE SOSROKARTONO KUDUS)**

Nama : Dela Putri Yuniarti
NIM : 201911750
Program Studi : Manajemen

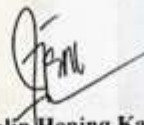
Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

Pembimbing I


(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)
NIDN. 0628048702

Pembimbing II


(Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M)
NIDN. 0615079303

**Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen**


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP MINAT BELI
ULANG PADA MIXUE (STUDI PADA PELANGGAN
MIXUE SOSROKARTONO KUDUS)**

Nama : Dela Putri Yuniarti
NIM : 201911750
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2024

Mengetahui
Ketua Program Studi

Pembimbing I


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

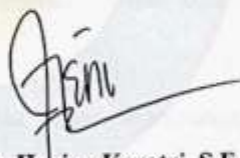

(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)
NIDN. 0628048702

Mengetahui
Dekan

Pembimbing II



(Dr. Ketut Sumekar, S.E., M.M)
NIDN. 0616077304


(Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M)
NIDN. 0615079303

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).

Dan hanya kepada Tuhan mu lah engkau berharap”

(QS. Al-Insyirah:6-8)

“Apa yang kita pikirkan menentukan apa yang akan terjadi pada kita. Jadi jika kita ingin mengubah hidup, kita perlu sedikit mengubah pikiran kita”

(Wayne Dyer)

Persembahan :

1. Kedua orang tua yang sudah memberi dukungan dan doa sepanjang perjalanan skripsi ini.
2. Dosen pembimbingku yang telah memberikan arahan, masukan selama penulisan skripsi hingga selesai.
3. Sahabat dan teman seperjuangan yang telah memberikan semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Allhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan ridho, hidayah, dan inayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus dengan judul **“PENGARUH STORE ATMOSPHERE, BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA MIXUE (STUDI PADA PELANGGAN MIXUE SOSROKARTONO KUDUS)**. Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis baik tenaga, ide-ide maupun pemikiran. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M., dan Rhealin Hening Karartri, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I dan II yang telah banyak memberikan arahan, saran dan bimbingan, dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah mendidik dan memberikan banyak ilmu pengetahuan tanpa lelah.

6. Kedua orang tua dan adik tersayang saya, orang hebat yang selalu menjadi peyemangat saya sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia ini, yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi dan semangat.
7. Para sahabat-sahabatku “Vanillate” serta terima kasih yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan semangat saat saya merasa putus asa mengerjakan skripsi ini sampai selesai.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan bagi penelitian selanjutnya.

Kudus, 2024

Penulis,



Dela Putri Yuniarti

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA MIXUE (STUDI PADA PELANGGAN MIXUE SOSROKARTONO KUDUS)

DELA PUTRI YUNIARTI

201911750

Pembimbing 1 : Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M

2 : Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *store atmosphere*, *brand image*, *product quality* dan *customer experience* terhadap minat beli ulang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden yang telah membeli 3 kali di 3 bulan terakhir di Mixue Sosrokartono Kudus. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*, dengan jenis *sampling purposive*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *store atmosphere*, *brand image*, *product quality* dan *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Sedangkan secara simultan *store atmosphere*, *brand image*, *product quality* dan *customer experience* berpengaruh terhadap minat beli ulang.

Kata kunci : *Store Atmosphere*, *Brand Image*, *Product Quality*, *Customer Experience*, Minat Beli Ulang

***THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, BRAND IMAGE,
PRODUCT QUALITY AND CUSTOMER EXPERIENCE ON REPURCHASE
INTEREST IN MIXUE (STUDY ON SOSROKARTONO KUDUS MIXUE
CUSTOMERS)***

DELA PUTRI YUNIARTI

201911750

Supervisor 1: Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
2 : Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of store atmosphere, brand image, product quality and customer experience on repeat purchase interest. The research method used is a quantitative method. The data collection technique used was by distributing questionnaires to 100 respondents who had purchased 3 times in the last 3 months at Mixue Sosrokartono Kudus. The sampling method in this research is a non-probability sampling technique, with purposive sampling type. The analytical methods used in this research are validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, t test, f test, and coefficient of determination. The results of this study indicate that partially store atmosphere, brand image, product quality and customer experience have a positive and significant effect on repurchase interest. While simultaneously store atmosphere, brand image, product quality and customer experience have an effect on repurchase interest.

Keywords: Store Atmosphere, Brand Image, Product Quality, Customer Experience, Repurchase Intention

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSEUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	11
1.3 Perumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Tinjauan Pustaka.....	15
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	15
2.1.2 Minat Beli Ulang	15
2.1.3 <i>Store Atmosphere</i>	17
2.1.4 <i>Brand Image</i>	21
2.1.5 <i>Product Quality</i>	23
2.1.6 <i>Customer Experience</i>	25
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	28
2.3 Pengaruh Antar Variabel.....	29
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	32
2.5 Hipotesis	33

BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Rancangan Penelitian.....	34
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	34
3.2.1 Variabel Penelitian	34
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	35
3.3 Jenis Data dan Sumber.....	38
3.3.1 Jenis Data.....	38
3.3.2 Sumber Data	39
3.4 Populasi dan Sampel.....	39
3.4.1 Populasi	39
3.4.2 Sampel	40
3.5 Pengumpulan Data	41
3.5.1 Observasi	41
3.5.2 Kuesioner.....	41
3.6 Pengolahan Data	42
3.7 Analisis Data.....	44
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.	46
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
3.7.4 Penguji Hipotesis.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	53
4.2 Penyajian Data	54
4.2.1 Karakteristik Responden.....	54
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	56
4.3 Analisis Data.....	62
4.3.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	62
4.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	64
4.3.3 Hasil Uji Hipotesis	70
4.4 Pembahasan.....	74

4.4.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Minat Beli Ulang	74
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli Ulang	74
4.4.3 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap Minat Beli Ulang	75
4.4.4 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap Minat Beli Ulang.....	76
4.4.5 Pengaruh <i>Store Atmosphere, Brand Image, Product Quality</i> dan <i>Customer Experience</i> terhadap Minat Beli Ulang	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Domisili.....	56
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel <i>Store Atmosphere</i>	57
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel <i>Brand image</i>	58
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel <i>Product Quality</i>	59
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel <i>Customer Experience</i>	60
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Minat Beli Ulang	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi.....	65
Tabel 4.13 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	69
Tabel 4.15 Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	70
Tabel 4.16 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	72
Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinansi	73

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Daftar Restoran Cepat Saji dengan Gerai Terbanyak di Dunia (2023).....	2
Gambar 1.2 Gerai Mixue di Sosrokartono Kudus.....	5
Gambar 1.3 Ulasan Pelanggan di Mixue Sosrokartono Kudus.....	6
Gambar 1.4 Testimoni Pelanggan di Mixue Sosrokartono Kudus.....	7
Gambar 1.5 Ulasan Pelanggan di Mixue Sosrokartono Kudus.....	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	32
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Secara Grafik Scatterplot	66
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Grafik Kurva Normal P-Plot.....	67