

**PPENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *BRAND IMAGE*,
DAN *CUSTOMER PERCEIVED VALUE* TERHADAP
PURCHASE INTENTION GENERASI Z PADA WARUNG
RAKYAT MOJOKERTO**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akhir Akademik Dan Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Administrasi Bisnis



Oleh:

WHILDAN ALI HANAFI

NPM.1121900096

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA**

2023

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *BRAND IMAGE*, DAN
CUSTOMER PERCEIVED VALUE TERHADAP *PURCHASE
INTENTION* GENERASI Z PADA WARUNG RAKYAT
MOJOKERTO**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat Mencapai
Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Administrasi Bisnis**



OLEH:

WHILDAN ALI HANAFI

NPM. 1121900096

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA**

2023

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Whildan Ali Hanafi

NPM : 1121900096

Judul : **PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *BRAND IMAGE*,
DAN CUSTOMER PERCEIVED VALUE TERHADAP
PURCHASE INTENTION GENERASI Z PADA WARUNG
RAKYAT MOJOKERTO**

Surabaya, 27 Juni 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

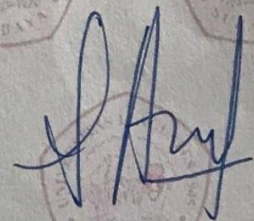


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP

NPP. 20120.87.0103

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing



Dra. Sri Andayani, MM

NPP. 20120.93.0322

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 27 Juni 2023:

Dewan Penguji:

1. **Dra. Sri Andayani, MM**

Ketua

2. **Drs. Ute ch. Nasution, MS**

Anggota

3. **Drs. Agung Pujiyanto, MM**

Anggota

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dr. Dea. Awin Maduwinarti, MP

NPP. 20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Whildan Ali Hanafi

NBI : 1121900096

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh *Store Atmosphere*, *Brand Image*, dan *Customer Perceived Value* Terhadap *Purchase Intention* Generasi Z Pada Warung Rakyat Mojokerto.

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya tulis adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkannya dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 27 Juni 2023



Penulis

(Whildan Ali Hanafi)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Whildan Ali Hanafi
NBI/ NPM : 1121900096
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : ~~Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek*~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

"Pengaruh Kepribadian, Motivasi Diri dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Masyarakat Desa Gampingrowo, Kabupaten Sidoarjo."

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)*, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 27 Juni 2023

Yang Menyatakan,



(Whildan Ali Hanafi)

*Coret yang tidak perlu

MOTO

“Skill is dead.”

(Teenage Death Star)

“Kemarin aku melihat Superman menangis.”

(Whildan Ali Hanafi)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

1. Orang tua saya, nenek dan kakek dari ibu, nenek dan kakek dari ayah atas setiap doa yang selalu dipanjatkan dan senantiasa memberikan energi positif. Terima kasih telah memberikan segalanya demi tercapainya kuliah ini, tanpa mereka saya tak bisa apa-apa dan tak bisa menyelesaikan apa yang seharusnya diselesaikan. Dengan izin Allah, saya akan terus menjadi lebih baik, bisa menjadi apa yang mereka harapkan dan selalu bisa membahagiakan.
2. Almamater yang saya banggakan, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa pengaruh *store atmosphere*, *brand image*, dan *customer perceived value* terhadap *purchase intention* generasi Z pada Warung Rakyat di Mojokerto. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan pengumpulan data yang dilakukan melalui kuesioner yang disebar secara daring kepada 100 responden generasi Z yang merupakan pelanggan dari Warung Rakyat Mojokerto.

Hasil analisis data menggunakan metode regresi linier berganda menunjukkan bahwa *store atmosphere*, *brand image*, dan *customer perceived value* secara positif dan signifikan mempengaruhi *purchase intention* generasi Z pada Warung Rakyat Mojokerto. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor lingkungan toko, citra merek, dan persepsi pelanggan terhadap nilai yang mereka terima sangat berpengaruh terhadap niat pembelian generasi Z di Warung Rakyat. Penelitian ini memiliki implikasi penting bagi pemilik Warung Rakyat Mojokerto dalam meningkatkan strategi pemasaran mereka. Dengan memperhatikan dan meningkatkan *store atmosphere*, membangun *brand image* yang kuat, dan memberikan nilai yang lebih baik kepada pelanggan, pemilik Warung Rakyat dapat meningkatkan niat pembelian generasi Z dan memperluas pangsa pasar mereka.

Kata kunci: *store atmosphere*, *brand image*, *customer perceived value*, *purchase intention*, generasi Z, Warung Rakyat, Mojokerto.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of store atmosphere, brand image, and customer perceived value on the purchase intention of generation Z at Warung Rakyat in Mojokerto. This study uses a quantitative method with a data collection approach that is carried out through online questionnaires to 100 generation Z respondents who are customers of Warung Rakyat Mojokerto.

The results of data analysis using the multiple linear regression method show that store atmosphere, brand image, and customer perceived value positively and significantly influence generation Z purchase intention at Warung Rakyat Mojokerto. The findings of this study indicate that the factors of the store environment, brand image, and customer perceptions of the value they receive greatly influence the purchase intention of Generation Z at Warung Rakyat. This research has important implications for Warung Rakyat Mojokerto owners in improving their marketing strategy. By paying attention to and improving the store atmosphere, building a strong brand image, and providing better value to customers, Warung Rakyat owners can increase Gen Z's purchase intentions and expand their market share.

Keywords: *store atmosphere, brand image, customer perceived value, purchase intention, generation Z, Warung Rakyat, Mojokerto.*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat taufik dan hidayah-Nya. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, karena akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepribadian, Motivasi Diri dan Pengetahuan Kewirusahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Masyarakat Desa Gampingrowo”. Skripsi yang peneliti ajukan ini merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Peneliti menyadari bahwa dalam proses penelitian skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan dan kerjasama dari berbagai pihak dan berkat Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Pada kesempatan ini dengan kerendahan hati peneliti ingin menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini. Peneliti ingin megucapkan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua saya yang senantiasa mendoakan dan selalu memotivasi dalam situasi apapun.
2. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP dan Bapak Drs. Agung Pujiyanto, MM selaku Dekan dan Wakil Dekan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 195 Surabaya.
3. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM., selaku Kaprodi Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra. Diana Juni Mulyati, MM selaku Dosen wali yang telah menemani selama perkuliahan dari semester satu sampai dengan saat ini.
5. Ibu Dra. Sri Andayani, M.M selaku dosen pembimbing satu yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing saya dan memberikan arahan maupun saran serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Dra. Diana Juni Mulyati, MM selaku dosen pembimbing dua yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing saya dan memberikan arahan maupun saran serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Bapak dan Ibu Dosen pengajar Prodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan serta referensi tentang materi penelitian dan motivasinya untuk terus berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Staff Tata Usaha yang telah membantu dalam admisnistrasi dari awal kuliah sampai akhir.
9. Terima kasih dan hormat saya berikan kepada Warung Rakyat Mojokerto yang telah bersedia membantu dan memberikan kesempatan bagi saya.
10. Terima kasih saya ucapkan untuk Dian Yunita atas bantuan, dukungan, semangat, dan semua hal yang sudah dilewatkan bersama-sama selama ini.
11. Terima kasih untuk teman-teman Prodi Administrasi Bisnis angkatan 2019 yang telah menjadi teman seperjuangan dalam menuntut ilmu di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
12. Para responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan sebaik-baiknya.
13. Dan, seluruh pihak yang terlibat yang tidak dapat saya sebut satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan pada pembuatan skripsi ini. Oleh karena itu, Penulis mengharapkan adanya kontribusi berupa rekomendaasi-rekomendasi yang bersifat membangun dari semua pihak demi ketepatan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat menjadi bahan rujukan atau acuan dalam memberikan manfaat serta wawasan bagi pembaca dan pihak lain yang berkepentingan.

Surabaya, 17 Juni 2023

Penulis

(Whildan Ali Hanafi)

DAFTAR ISI

COVER.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
MOTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Sistematika Penelitian	9
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA	11
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Landasan Teori.....	17

2.2.1. Store Atmosphere	17
2.2.2. Brand Image	20
2.2.3. Customer Perceived Value	21
2.2.4. Purchase Intention	22
2.3. Definisi Konsep	23
2.3.1. Variabel Bebas (Independent Variable)	23
2.3.2. Variabel Terikat (Dependent Variable)	24
2.4. Definisi Operasional	25
2.5. Pola Hubungan Antar Variabel.....	27
2.6. Kerangka Berpikir	28
2.7. Hipotesis.....	29
BAB III	31
METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1. Rancangan Penelitian	31
3.2. Populasi dan Sampel	32
3.2.1. Populasi	32
3.2.2. Sempel.....	32
3.3. Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	34
3.3.1. Sekala Pengukuran	34
3.3.2. Instrumen Penelitian	36
3.4. Jenis Data dan Sumber Data	38
3.4.1. Jenis Data	38
3.4.2. Sumber Data.....	38
3.5. Teknik Pengumpulan Data	38
3.6. Teknis Analisis Data	39
3.6.1. Uji Instrumen.....	39
3.6.2. Uji Asumsi Klasik	40
3.6.3. Analisis Regresi Linier Berganda	41

3.6.4. Teknik Pengujian Hipotesis	42
BAB IV	45
PENYAJIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN	45
4.1. Penyajian Data	45
4.1.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	45
4.1.2. Karakteristik Responden.....	45
4.1.3. Uji Instrumen.....	48
4.2. Tabulasi Data	50
4.2.1. Variabel Store Atmosphere (X1)	50
4.2.2. Variabel Brand Image (X2)	54
4.2.3. Variabel Customer Perceived Value (X3)	57
4.2.4. Variabel Purchase Intention (Y)	60
4.2.5. Analisis Rata-rata Tabulasi Store Atmosphere (X1)	64
4.2.6. Analisis Rata-rata Tabulasi Brand Image (X2)	66
4.2.7. Analisis Rata-rata Tabulasi Customer Perceived Value (X3).....	68
4.2.8. Analisis Rata-rata Tabulasi Purchase Intention (Y)	71
4.3. Analisis Data	74
4.3.1. Uji Asumsi Klasik	74
4.3.2. Uji Multikolinearitas	77
4.3.3. Uji Heteroskedasititas	78
4.3.4. Analisa Regresi Linear Berganda	79
4.3.5. Teknik Uji Hipotesis.....	81
4.4. Pembahasan Hasil	85
4.4.1. Pengaruh Store Atmosphere terhadap Purchase Intention	85
4.4.2. Pengaruh Brand Image terhadap Purchase Intention	86
4.4.3. Pengaruh Customer Perceived Value terhadap Purchase Intention.....	86
4.4.4. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> , <i>Brand Image</i> , dan <i>Customer Perceived Value</i> Secara Simultan atau Bersama-sama terhadap <i>Purchase Intention</i> Generasi Z 87	
BAB V	89

PENUTUP	89
5.1. Kesimpulan	89
5.2. Rekomendasi	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah penduduk generasi Z di Kabupaten Mojokerto.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 2. 2 Komponen Variabel Customer Perceived Value	22
Tabel 2. 3 Komponen Variabel Customer Perceived Value	26
Tabel 3. 1 Sekala Likret	34
Tabel 3. 2 Interval Rata – rata Skor.....	35
Tabel 3. 3 Tabel Konsepsi Variabel Definisi Operasional dan Indikator.....	36
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran	46
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	47
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku atau Pendapatan	47
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4. 7 Tabulasi Data Nilai Jawaban Responden Variabel <i>Store Atmosphere</i>	50
Tabel 4. 8 Tabulasi Data Nilai Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i>	54
Tabel 4. 9 Tabulasi Data Nilai Jawaban Responden Variabel <i>Customer Perceived Value</i>	57
Tabel 4. 10 Tabulasi Data Nilai Jawaban Responden Variabel <i>Purchase Intention</i>	60
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Responden dan Nilai Mean <i>Store Atmosphere</i>	64
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Responden dan Nilai Mean <i>Brand Image</i>	66
Tabel 4. 13 Distribusi Frekuensi Responden dan Nilai Mean <i>Customer Perceived Value</i>	68
Tabel 4. 14 Distribusi Frekuensi Responden dan Nilai Mean <i>Purchase Intention</i> ...	71
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Normalitas	76
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Multikolinieritas	77
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	79
Tabel 4. 18 Hasil Uji t (Parsial).....	81
Tabel 4. 19 Hasil Uji Signifikansi Uji F (Simultan)	83
Tabel 4. 20 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kafe Warung Rakyat Mojokerto.....	1
Gambar 1. 2 Pertunjukan seni di Warung Rakyat Mojokerto	2
Gambar 1. 3 Review Customer	4
Gambar 1. 4 Review Customer	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	28
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Model Histogram	74
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Data P-Plot.....	75
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner Penelitian	95
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden.....	99
Lampiran 3 Hasil Uji.....	113
Lampiran 4 Lembar Kartu Bimbingan Skripsi	129
Lampiran 5 Lembar Revisi Ujian Skripsi	131
Lampiran 6 Surat Keterangan Turnitin.....	135
Lampiran 7 Hasil Turnitin.....	137