

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*,
KERAGAMAN PRODUK DAN *CONTENT
MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK DI HOLAA *CAFE* GRESIK**

SKRIPSI

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



Oleh :

Nanda Suma Wardani

NPM 1122000118

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

2024

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*,
KERAGAMAN PRODUK DAN *CONTENT
MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK DI HOLAA *CAFE* GRESIK**

SKRIPSI

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



Oleh :

Nanda Suma Wardani

NPM 1122000118

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Nanda Suma Wardani

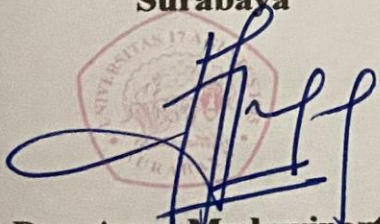
NBI 1122000118

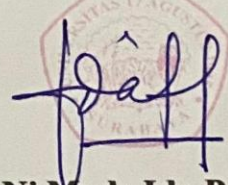
Judul : Pengaruh *Store Atmosphere*, Keragaman Produk dan *Content Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Holaa Cafe Gresik

Surabaya, 24 Juni 2024

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

Di setujui oleh,
Dosen Pembimbing I


Dr. Dra. Ayu Maduwinarti. M.P.
NPP : 20120.87.0103

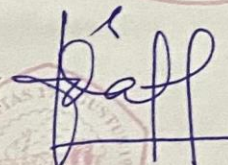

Dra. Ni Made Ida Pratiwi. M.M.
NPP : 20120.93.0305

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan 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 24 Juni 2024

Dewan Penguji :

1. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.
Ketua

()

2. Dra. Sri Andayani, M.M.
Anggota

()

3. Drs. Agung Pujianto, M.M
Anggota

()

Mengesahkan
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,




Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.

NPP. 20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Nanda Suma wardani

NBI : 1122000118

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh *Store Atmosphere*, Keragaman Produk dan *Content Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk di *Holaa Café* Gresik.

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil dari plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis Sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian 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 menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran sepenuhnya

Surabaya, 24 Juni 2024

Yang Membuat Pernyataan



(Nanda Suma Wardani)



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 sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nanda Suma Wardani
NBI : 1122000118
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Niaga
Jenis Karya : Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

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

Pengaruh *Store Atmosphere*, Keragaman Produk dan *Content Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk di *Holaa Cafe* Gresik.

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 24 Juni 2024

Yang Menyatakan,



(Nanda Suma Wardani)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Ketika aku melibatkan Allah dalam semua rencana dan impianku, dengan penuh keikhlasan dan keyakinan, aku percaya tiada ada yang tidak mungkin untuk diraih”

“Aku berindung kepada Allah atas ketidakpastian masa depan, dari keputusan yang keliru, dari perihnya kenyataan, dari pahitnya kekecewaan, dari hati yang berbolak balik, dari pengkhianatan manusia dan cinta yang salah”

(Rehan)

“Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan”

(Surat Al-Insyirah ayat 6)

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW

Kedua Orangtua, Kakak dan Adik serta pemilik NIM 20010714076

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

ABSTRAK

Pada era saat ini, Usaha mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sorotan dalam pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Sektor Penyediaan Makan dan minum merupakan salah satu sektor dengan pertumbuhan tertinggi pada tahun 2023 terhadap perekonomian Indonesia yakni sebesar 10.01%. Salah satu bisnis dalam sektor penyediaan makan dan minum atau kuliner yang relatif potensial saat ini ialah bisnis *café*. Dengan pertumbuhan *café* yang sangat tinggi, *café* diharapkan dapat selalu eksis dengan berbagai strategi pemasaran yang digunakan guna untuk menciptakan perilaku keputusan pembelian. Strategi yang dapat digunakan dalam era saat ini ialah strategi *store atmosphere*, keragaman produk dan *content marketing*, karena apabila suatu usaha *café* tidak kuat dalam persaingan bisnis *café* dan *café* tidak mengikuti perkembangan tren masa kini, maka dapat menyebabkan *café* tersebut gulung tikar. Objek penelitian ini adalah produk di Holaa *café* Gresik. Tujuannya untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* (X1), Keragaman Produk (X2), dan *Content Marketing* (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y). Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda, populasinya ialah konsumen yang pernah membeli produk di Holaa *café* Gresik, baik berdomisili Gresik maupun luar Gresik. Jumlah sampel 100 responden dari penyebaran pernyataan e-kuisioner melalui Google form. Hasil yang diperoleh menyatakan bahwa *store atmosphere*, keragaman produk dan *content marketing* berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian. Pengujian ini dibuktikan melalui uji t (parsial) bahwa *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, juga Keragaman Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan *Content Marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Serta uji F (simultan) dengan F hitung $15,560 > F$ tabel sebesar 2,70 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, yang artinya $< 0,05$. Perolehan nilai determinasi (R^2) sebesar 0,327 atau 32,7% . Sedangkan sisanya 67,3% dipengaruhi oleh faktor dan variabel lain diluar penelitian, seperti variabel harga, kualitas layanan, kualitas produk, dan *Word of Mouth*.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Keragaman Produk, *Content Marketing*

ABSTRACT

In the current era, micro, small and medium enterprises (UMKM) are in the spotlight in economic growth in Indonesia. The Food and Drink Supply Sector is one of the sectors with the highest growth in 2023 towards the Indonesian economy which is 10.01%. One of the businesses in the food and drink supply sector or culinary that is relatively potential today is the café business. With the very high growth of the café, the café is expected to always exist with various marketing strategies used to create purchasing decision behavior. The strategy that can be used in the current era is the store atmosphere strategy, product diversity and content marketing, because if a cafe business is not strong in the cafe business competition and the cafe does not follow the current trend development, it can cause the cafe to go out of business. The object of this research is the product at Holaa café Gresik. The goal is to determine the influence of Store Atmosphere (X1), Product Diversity (X2), and Content Marketing (X3) on Purchasing Decisions (Y). This type of research uses a quantitative method with multiple linear regression analysis, the population is consumers who have bought products at Holaa café Gresik, both domiciled in Gresik and outside Gresik. The number of samples of 100 respondents from the distribution of e-quisioner statements through the Google form. The results obtained state that the store atmosphere, product diversity and content marketing have a partial and simultaneous effect on purchasing decisions. This test is proven through a t (partial) test that Store Atmosphere affects purchase decisions, also Product Diversity affects purchase decisions and Content Marketing affects purchase decisions. As well as the F test (simultant) with F count 15,560 > F table of 2.70 with a significance level of 0.000, which means < 0.05. The acquisition of a determination value (R^2) of 0,327 or 32.7%. While the remaining 67,3% is influenced by other factors and variables outside of research, such as price variables, service quality, product quality, and Word of Mouth.

Keywords: *Store Atmosphere, Product Diversity, Content Marketing*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena berkat karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere*, Keragaman Produk dan *Content Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk di *Holaa Cafe* Gresik”. Shalawat serta salam tak lupa penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, semoga limpahan rahmat dan hidayah-Nya senantiasa tercurah kepadanya. Setelah melalui proses-proses menyusun skripsi dengan usaha yang keras, serta do’a yang tidak pernah putus, maka terbitlah skripsi ini untuk memenuhi persyaratan guna mencapai gelar sarjana pada jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, karena itu segala bentuk kritik dan saran dari semua pihak yang membaca skripsi ini akan penulis terima secara terbuka. Dalam menyusun skripsi ini, tidak sedikit penulis menghadapi kesulitan serta hambatan. Namun, atas izin Allah SWT, juga berkat usaha, do’a, semangat, bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati ketulusan, perkenankan penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang tidak terhingga kepada:

1. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Selaku Dosen Wali yang senantiasa memberikan semangat dukungan bagi penulis.
2. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M. selaku Kepala Program Bidang Studi Administrasi Bisnis dan Dosen Pembimbing I yang dengan penuh keikhlasan serta kesabaran dalam memberikan arahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini hingga selesai.
3. Bapak Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S. selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan dukungan dan penuh kesabaran dalam memberikan arahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini hingga selesai.
4. Seluruh Staff dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan ilmu politik universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang sudah membantu dalam menyelesaikan berkas-berkas persyaratan selama perkuliahan hingga akhir.

5. Cinta pertama dan panutanku, Bapak Dimyati. Beliau memang tidak sempat menyelesaikan bangku perkuliahan karena adanya suatu halangan, namun beliau mampu mendidik penulis, memberikan semangat dan motivasi tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan studinya hingga Sarjana.
6. Pintu surgaku, Ibu Muthammimah, Terima kasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat dan doa yang diberikan selama ini. Terima kasih karena selalu meluangkan waktu untuk memasak di pagi hari agar penulis tidak kelaparan ketika berangkat ke perkuliahan. Ibu menjadi pengingat dan penguat paling hebat. Terima kasih sudah menjadi tempatku untuk pulang bu.
7. Kepada Kakak satu-satunya Tias Damayanti, Terima kasih karena sudah memberikan dukungan kepada penulis melalui kata-kata yang selalu membangun diri penulis, terima kasih atas cinta, doa dan dukungan material ketika penulis membutuhkannya.
8. Kepada adik Tiara Suma Damayanti, Terima Kasih telah kebersamai penulis, menghibur penulis, memberikan semangat serta memberikan doa kepada penulis.
9. Kepada pemilik NIM 20010714076 Terima kasih atas dukungan, semangat serta selalu menjadi tempat berkeluh kesah, dan menemani penulis dalam suka maupun duka selama penulis memulai studi ini hingga penulis menyelesaikan studi ini. Terima kasih telah menjadi rumah yang tidak hanya berupa tanah dan bangunan. Terima kasih atas waktu, doa dan seluruh hal baik yang diberikan selama ini.
10. Kepada diriku sendiri Nanda Suma Wardani, terima kasih sudah mau dan ingin berjuang untuk memulai dan menyelesaikan studi ini, terima kasih sudah melawan ego, kemalasan untuk meraih gelar S1 ini, terima kasih sudah selalu semangat ke kampus setiap hari meskipun harus melakukan perjalanan Pulang Pergi Gresik-Surabaya terlebih dahulu.
11. Teruntuk teman-teman Kampus Mengajar batch 4 di SMP Al-Falah Gresik dan teman-teman MSIB Batch 4 di LMI Surabaya, Terima kasih sudah menemani, membantu, dan mendukung penulis sehingga memberikan pengalaman dan momen yang berwarna.
12. Teruntuk teman-teman perkuliahan tercinta Diva, Elyana, Galuh, Devina, Mustika, Nina, Kaffa, Shania, Silvi atas segala waktu, motivasi, dukungan, pengalaman, waktu dan ilmu yang sudah dibagi

dengan penulis.

Akhir kata, saya ucapkan terima kasih kepada seluruh pihak-pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu. Penulis mengharapkan semoga tujuan dari pembuatan skripsi ini dapat tercapai dengan yang diharapkan.

Surabaya, 24 Juni 2024

A handwritten signature in black ink, consisting of a series of loops and a final horizontal stroke.

Nanda Suma Wardani

DAFTAR ISI

COVER	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori.....	19
2.2.1 Pemasaran.....	19
2.2.2 Bauran Pemasaran	20
2.2.3 Digital Marketing	22
2.2.4 Store Atmosphere.....	23
2.2.5 Keragaman produk	26

2.2.6	Content Marketing.....	28
2.2.7	Keputusan Pembelian.....	31
2.3	Definisi Konsep dan Operasional.....	33
2.4	Pola Hubungan Antar Variabel	35
2.5	Kerangka Dasar Pemikiran.....	37
2.6	Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN		39
3.1	Rancangan Penelitian	39
3.2	Populasi dan Sampel	39
3.3	Skala pengukuran dan Instrumen Penelitian	41
3.4	Jenis Data dan Sumber Data.....	43
3.5	Teknik Pengumpulan Data	43
3.6	Teknik Analisis data.....	44
BAB IV PENYAJIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Penyajian Data.....	47
4.2	Tabulasi Data	53
4.3	Analisis Data	69
4.4	Pembahasan.....	79
BAB V PENUTUP		82
5.1	Kesimpulan	83
5.2	Rekomendasi	83
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN.....		116

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kafe yang berada di Kota Gresik Setiap Tahun	3
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1 Skala Instrumen Jawaban Skala Likert.....	41
Tabel 3.2 Skala Interval.....	42
Tabel 4.1 Data Jenis Kelamin Responden	49
Tabel 4.2 Data Usia Responden	49
Tabel 4.3 Data Kota Responden	50
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 4.5 Data Pendapatan Responden	50
Tabel 4.6 Data Responden Pengikut media Sosial Holaa <i>Cafe</i>	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.9 Hasil Tabulasi Data Variabel <i>Store Atmosphere</i>	53
Tabel 4.10 Hasil Tabulasi Data Variabel Keragaman Produk.....	56
Tabel 4.11 Hasil Tabulasi Data Variabel <i>Content Marketing</i>	58
Tabel 4.12 Hasil Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian.....	61
Tabel 4.13 Hasil Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel <i>Store Atmosphere</i>	64
Tabel 4.14 Hasil Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel Keragaman Produk	65
Tabel 4.15 Hasil Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel <i>Content Marketing</i>	66
Tabel 4.16 Hasil Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian	67
Tabel 4.17 Hasil Tabulasi Masing-Masing Variabel.....	69
Tabel 4.18 Uji <i>One-Sample</i> Kolmogorov-Smirnov	70
Tabel 4.19 Uji Multikolinearitas	72

Tabel 4.20 Uji Glejser	72
Tabel 4.21 Uji Linearitas <i>Store Atmosphere</i> terhadap keputusan pembelian	73
Tabel 4.22 Uji Linearitas Keragaman Produk terhadap keputusan pembelian.....	74
Tabel 4.23 Uji Linearitas <i>Content Marketing</i> terhadap keputusan pembelian	74
Tabel 4.24 Uji Regresi Linear Berganda.....	75
Tabel 4.25 Uji t.....	76
Tabel 4.26 Uji F.....	78
Tabel 4.27 Uji R^2 (Determinasi).....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tren <i>Content Marketing</i> 2023	4
Gambar 1.2 Pengunjung Holaa Café Gresik	5
Gambar 1.3 <i>Store Atmosphere</i> (Indoor).....	6
Gambar 1.4 <i>Store Atmosphere</i> (Outdoor).....	6
Gambar 1.5 Keragaman Produk.....	7
Gambar 1.6 <i>Food Court</i>	8
Gambar 1.7 <i>Content Marketing</i> Vidio di Kafe Holaa	9
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	37
Gambar 4.1 Logo Holaa <i>Café</i> Gresik.....	47
Gambar 4.7 Uji Normalitas Data dengan Model Histrogram.....	71
Gambar 4.8 Uji Normalitas Data dengan Model P-Plot.....	71
Gambar 4.9 Uji Heteroskedastisitas dengan <i>Scatterplot</i>	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	91
Lampiran 2 Uji Validitas.....	96
Lampiran 3 Uji Reabilitas	98
Lampiran 4 Lembar Perintah Revisi	100
Lampiran 5 Kartu Bimbingan	103
Lampiran SK Turnitin.....	105