

**PENGARUH CITA RASA, *STORE ATMOSPHERE*, DAN
CONTENT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI PALACIO SKY CAFÉ SURABAYA**

SKRIPSI

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



INKA DAMAYANTI

NIM. 1122000086

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

2024

**PENGARUH CITA RASA, *STORE ATMOSPHERE*, DAN
CONTENT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI PALACIO SKY CAFÉ SURABAYA**

SKRIPSI

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



INKA-DAMAYANTI

NIM. 1122000086

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Inka Damayanti

NIM : 1122000086

**Judul : Pengaruh Cita Rasa, *Store Atmosphere*, dan *Content Marketing*
Terhadap Keputusan Pembelian di Palacio Sky Café Surabaya**

Surabaya, 9 Juli 2024

Mengetahui,

Disetujui Oleh,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dosen Pembimbing I

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.
NPP. 20120.87.0103



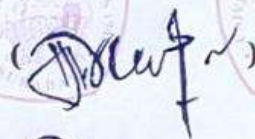
Dra. Sri Andayani, M.M.
NPP. 20120.93.0322

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada tanggal 9 Juli 2024

DEWAN PENGUJI

1. **Dra. Sri Andayani, M.M.**
Ketua
2. **Dra. Diana Juni Mulyati, M.M.**
Anggota
3. **Drs. Agung Pujianto, M.M.**
Anggota



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



Dr. Dra. Ayu Maduwinarti, M.P.

NPP. 20120.87.0130

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Inka Damayanti

NBI/NPM : 1122000086

Prodi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh Cita Rasa, *Store Atmosphere*, dan *Content Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian di Palacio Sky Café Surabaya

Menyatakan,

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau 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 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 bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang saya peroleh

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

Surabaya, 9 Juli 2024
Yang membuat pernyataan,





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 : Inka Damayanti

NBI : 1122000086

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Administrasi Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

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 Cita Rasa, *Store Atmosphere*, dan *Content Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian di Palacio Sky Café Surabaya”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*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: 9 Juli 2024

Yang Menyatakan



Inka Damayanti

MOTTO

“Triple B (Brain, Beauty, Behavior) are a deadly combination”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini merupakan bentuk rasa syukur saya kepada Allah SWT karena telah memberikan karunia nikmat pertolongan yang tiada henti hingga saat ini.

Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti sayang dan cinta yang tak terhingga kepada kedua orang tua tercinta, khususnya mama saya Ninik Widyastutik dan Djoko Susilo yang selalu mensupport saya di segala kondisi dan senantiasa mendoakan saya.

Skripsi ini saya persembahkan kepada rekan – rekan seperjuangan saya terutama Susilia Dwi Anggraini yang menjadi sahabat setia saya semenjak awal semester. Serta kepada teman – teman yang telah membantu saya dalam terciptanya skripsi ini.

See u on top guys!!!

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang pengaruh Cita Rasa, *Store Atmosphere*, dan *Content Marketing* terhadap Keputusan Pembelian di Palacio Sky Café Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah 100 responden. Responden didapat dari konsumen yang pernah mengunjungi dan membeli di Palacio Sky Café Surabaya. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yakni penyebaran kuesioner. Data yang terkumpul selanjutnya akan dianalisis menggunakan uji analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa cita rasa berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Palacio Sky Café Surabaya, hal ini berarti semakin meningkat rasa lezat yang disajikan maka keputusan pembelian konsumen pun akan meningkat. *Store atmosphere* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di Palacio Sky Café Surabaya. Jadi, semakin estetik nya *café* maka konsumen akan memutuskan pembelian. Dan yang terakhir *content marketing* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dalam hal ini, Palacio Sky Café diharap dapat lebih memfokuskan peningkatan penjualan melalui tiga variabel di atas terutama meningkatkan fokus pada variabel *content marketing*.

Kata Kunci: Cita Rasa, *Store Atmosphere*, *Content Marketing*, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research discusses the influence of Taste, Store Atmosphere, and Content Marketing on Purchasing Decisions at Palacio Sky Café Surabaya. This research uses quantitative methods with a total of 100 respondents. Respondents were obtained from consumers who had visited and purchased at Palacio Sky Café Surabaya. Sampling used purposive sampling, namely distributing questionnaires. The collected data will then be analyzed using multiple linear regression analysis tests. The research results show that taste influences purchasing decisions at Palacio Sky Café Surabaya, this means that the more delicious the taste served, the more consumer purchasing decisions will increase. Store atmosphere has an influence on purchasing decisions at Palacio Sky Café Surabaya. So, the more aesthetic the café, the more consumers will decide to purchase it. And finally, content marketing has no influence on purchasing decisions. In this case, it is hoped that Palacio Sky Café can focus more on increasing sales through the three variables above, especially increasing focus on the content marketing variable.

Keyword: *taste, store atmosphere, content marketing, and buying decision*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul **“Pengaruh Cita Rasa, *Store Atmosphere*, dan *Content Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian di Palacio Sky Café Surabaya”**.

Skripsi ini diajukan sebagai syarat wajib untuk menyelesaikan program sarjana (S1) Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan dukungan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan Kesehatan, kemudahan, serta kelancaran.
2. Kedua orang tua saya Djoko Susilo dan Ninik Widyastutik yang tiada henti mendoakan serta memberi dukungan baik secara mental dan materiil kepada saya.
3. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M selaku Kaprodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Ibu Dra. Sri Andayani, M.M. selaku Dosen Pembimbing pertama dan Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P selaku Dosen Pembimbing kedua saya yang telah memberikan ilmu, waktu, pengarahan, dan tenaga selama proses penyusunan skripsi berlangsung.
6. Seluruh dosen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan selama proses pembelajaran.
7. Yeti Bandiyah selaku tante saya yang senantiasa sabar memberikan wejangan dan dukungan kepada saya selama proses penyusunan skripsi ini.
8. “Noblesse” seseorang yang menggemari sesuatu klasik, terima kasih telah kebersamaian penulis selama 7 tahun lamanya. Terima kasih atas semua pengalaman mulai dari bangku SMP, SMA, hingga Perkuliahan. Terima kasih telah mencintai penulis, mengganti figur keluarga, teman, sekaligus sahabat. Terima kasih telah memberi segala rasa terindah dan berbagai momen yang tak terlupakan. Meskipun akhirnya takdir tak membawa kita ke tujuan yang telah kita bincangkan. Penulis mengucapkan permintamaafan mendalam

apabila pernah menyakiti. Penulis ingin kau temukan bahagia mu. Kisah kita akan menjadi proses pendewasaan pada diri masing-masing. *I am out of words to tell how grateful i am to met you.*

9. Tak lupa kepada diri sendiri “Inka Damayanti” yang sudah berjuang keras untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu, saya berbangga diri karena banyak hal yang saya lalui, banyak kehilangan yang harus saya rasakan, namun itu semua memotivasi saya agar tetap menjadi pribadi yang lebih baik lagi. Tak banyak kalimat persembahan bagi diri saya, kamu hebat dan cantik.

Dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu untuk segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta dapat bermanfaat bagi saya dan orang lain.

Surabaya, 9 Juli 2024
Penyusun,



Inka Damayanti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	20
2.2.1 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran).....	20
2.2.2 <i>Product</i> (Produk).....	21

2.2.3 <i>Price</i> (Harga).....	23
2.2.4 <i>Place</i> (Tempat/Distribusi)	23
2.2.5 <i>Promotion</i> (Promosi).....	24
2.2.6 Cita Rasa	24
2.2.7 <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik).....	30
2.2.8 <i>Store Atmosphere</i> (Suasana Toko).....	30
2.2.9 <i>Digital Marketing</i>	35
2.2.10 <i>Content Marketing</i> (Konten Pemasaran).....	36
2.2.11 Perilaku Konsumen	39
2.2.12 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	40
2.2.13 Keputusan Pembelian.....	40
2.3 Definisi Konsep.....	45
2.4 Definisi Operasional.....	46
2.5 Kerangka Dasar Pemikiran.....	49
2.6 Pola Hubungan Antar Variabel.....	50
2.7 Hipotesis Penelitian	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	53
3.1 Rancangan Penelitian	53
3.1.1 Pendekatan Penelitian	54
3.1.2 Jenis Penelitian.....	55
3.2 Populasi dan Sampel	55
3.2.1 Populasi Penelitian	55
3.2.2 Sampel Penelitian.....	55
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	57
3.3.1 Skala Pengukuran.....	57
3.3.2 Instrumen Penelitian.....	59
3.4 Jenis dan Sumber Data	60

3.4.1 Jenis Data	60
3.4.2 Sumber Data	60
3.5 Teknik Pengumpulan Data	61
3.6 Teknik Analisis Data	62
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	62
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda	64
3.6.3 Uji Hipotesis.....	64
BAB IV PENYAJIAN, ANALISA, DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1 Penyajian Data	67
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	67
4.1.2 Karakteristik Responden	68
4.1.3 Uji Instrumen.....	72
4.1.4 Tabulasi Data.....	74
4.1.5 Analisis Data Setiap Variabel	89
4.2 Analisis Data	95
4.2.1 Uji Asumsi Klasik	95
4.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda	100
4.2.3 Uji Hipotesis.....	101
4.3 Pembahasan	105
4.3.1 Pengaruh Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian di Palacio Sky Café Surabaya.....	105
4.3.2 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian di Palacio Sky Café Surabaya	106
4.3.3 Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian di Palacio Sky Café Surabaya	107
4.3.4 Pengaruh Cita Rasa, <i>Store Atmosphere</i> , dan <i>Content Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian di Palacio Sky Café Surabaya.....	110
BAB V PENUTUP	111

5.1 Kesimpulan	111
5.2 Rekomendasi.....	111
DAFTAR PUSTAKA.....	113
LAMPIRAN.....	116

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	28
Tabel 2. 2 Definisi Operasional.....	65
Tabel 3. 1 Skala Likert	76
Tabel 3. 2 Skala Interval.....	78
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin	88
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	89
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden.....	89
Tabel 4. 4 Pendapatan Responden.....	90
Tabel 4. 5 Uji Validitas.....	91
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas.....	92
Tabel 4. 7 Tabulasi Variabel Cita Rasa (X_1)	93
Tabel 4. 8 Tabulasi Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X_2)	97
Tabel 4. 9 Tabulasi Variabel <i>Content Marketing</i> (X_3)	101
Tabel 4. 10 Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	104
Tabel 4. 11 Analisis Jawaban Variabel Cita Rasa (X_1)	108
Tabel 4. 12 Analisis Jawaban Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X_2)	109
Tabel 4. 13 Analisis Jawaban Variabel <i>Content Marketing</i> (X_3)	111
Tabel 4. 14 Analisis Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	113
Tabel 4. 15 Linearitas Variabel Cita Rasa	114
Tabel 4. 16 Uji Linearitas <i>Store Atmosphere</i> (X_2).....	115
Tabel 4. 17 Uji Linearitas <i>Content Marketing</i> (X_3).....	115
Tabel 4. 18 Hasil One-Sample Kolmogorov-Smirnov	117
Tabel 4. 19 Hasil Uji Multikolinieritas.....	118
Tabel 4. 20 Hasil Uji Regresi Berganda	119
Tabel 4. 21 Hasil Uji (t).....	121
Tabel 4. 22 Hasil Uji Simultan	123
Tabel 4. 23 Hasil Uji Koefisien Determinasi	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Palacio Sky Café Surabaya.....	21
Gambar 1. 2 Foremore Café	21
Gambar 1. 3 Mandalika Café	21
Gambar 1. 4 Svasana Eatery	21
Gambar 1. 5 Cita Rasa.....	22
Gambar 1. 6 <i>Store Atmosphere</i>	23
Gambar 1. 7 <i>Content Marketing</i>	24
Gambar 2. 1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	60
Gambar 2. 2 Kerangka Dasar Pemikiran.....	68
Gambar 4. 1 Intensitas Kunjungan ke Café Sebulan Terakhir	86
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	116
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	116
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	118
Gambar 4. 5 Laman Instagram @Palaciosurabaya	127
Gambar 4. 6 Laman Instagram @Palaciosurabaya	128
Gambar 4. 7 Laman Instagram @Palaciosurabaya	128

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	135
Lampiran 2 Kartu Bimbingan Skripsi	140
Lampiran 3 Rekapitulasi Hasil Pengumpulan Kuesioner.....	141
Lampiran 4 Hasil Uji Statistik.....	155
Lampiran 5 Hasil Uji Turnitin.....	161