

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirrabbi'l'alamiin, Puji syukur kehadiran Allah SWT Yang Maha Mendengar lagi Maha melihat dan atas segala limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ramen Cemen cabang Rancaekek”**.

Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi besar Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan sahabatnya dan pengikutnya hingga akhir jaman.

Skripsi ini disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan program studi Sarjana (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan serta petunjuk dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan. Namun ,dengan adanya bantuan, bimbingan petunjuk serta motivasi dan semangat yang dieberikan baik secara langsung maupun tidak langsung , telah membantu dan mendorong penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang tiada hingganya kepada :

1. Terimakasih kepada kedua orang tua saya yang selalu memberi dukungan penuh dalam penyusunan Skripsi penelitian ini.
2. Bapak Drs. Sahya Anggara, M.,Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosal dan Ilmu Politik UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

3. Bapak Dr. H. Encup Supriatna, Drs.,M.si selaku Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Gunung Djati Bandung
4. Bapak Dr.Muhammad Zuldin, M.si selaku Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Gunung Djati Bandung
5. Bapak Dr. H. Hamzah Turmuzdi, M.si selaku Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Gunung Djati Bandung
6. Bapak Dr. Muhammad Zaky, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
7. Bapak Dr. H. Kadar Nurjaman, SE., MM, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
8. Ibu Yulia Fithriany SP.,M.E. selaku Dosen pembimbing I yang sejak pertama pembuatan Skripsi ini yang senantiasa bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk bimbingan, selalu memberikan arahan, saran, dan perbaikan serta motivasinya kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan Skripsi ini lebih baik.
9. Bapak M.Sandi Marta, SE., MM. selaku Dosen pembimbing II yang sejak pertama pembuatan Skripsi ini yang senantiasa bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk bimbingan, selalu memberikan arahan, saran ,dan perbaikan serta motivasinya kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan Skripsi ini lebih baik.

10. Bapak Arya Pradita selaku CEO dari PT.Seni Rasa Kreasindo yang sudah memberikan izin penelitian dan memberikan arahan dan motivasinya kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan Skripsi ini
11. Bapak Heri selaku Manajer Ramen Cemen yang sudah memberikan izin penelitian dan memberikan arahan dan motivasinya kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan Skripsi ini.
12. Seluruh Karyawan Ramen Cemen cabang Rancakek yang sudah membantu peneliti dalam penyebaran angket.
13. Kepada rekan-rekan serta saudara-saudara yang tidak bisa penulis tuliskan dalam proposal penelitian ini satu - persatu.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka saran dan kritik yang konstruktif dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan selanjutnya.

Akhirnya hanya kepada Allah SWT kita kembalikan semua urusan dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya, semoga Allah SWT meridhoi dan dicatat sebagai ibadah disisi-Nya, amin.

Bandung, Mei 2019

Penulis

Susanti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR.....i

DAFTAR ISI.....iv

DAFTAR TABELix

DAFTAR GAMBAR.....xi

BAB I PENDAHULUAN..... 1

A. Latar Belakang Penelitian 1

B. Identifikasi Masalah 10

C. Rumusan Masalah 11

D. Tujuan Penelitian 11

E. Kegunaan Penelitian..... 12

F. Kerangka Pemikiran..... 13

G. Hipotesis Penelitian..... 20

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 23

A. Manajemen..... 23

B. Pemasaran 25

C. *Store Atmosphere* 26

D. *Word of Mouth* 37

E. Keputusan Pembelian..... 41

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 50

A. Metodologi Penelitian 50

B. Populasi dan Sampel	52
1. Populasi.....	52
2. Sampel.....	52
3. Teknik Pengumpulan Sampel	53
C. Jenis dan Sumber Data	54
1. Jenis Data	55
2. Sumber Data	55
a. Data Primer	55
b. Data Sekunder.....	55
D. Metode Pengumpulan Data	56
1. Studi Kepustakaan.....	56
2. Studi Lapangan	57
a. Kuesioner	57
E. Variabel, Ukuran dan Operasional Variabel Penelitian.....	58
1. Definisi Variabel Penelitian.....	58
a. Variabel Independen/ Variabel Bebas (X).....	58
b. Variabel Dependen / Variabel Terikat (Y)	59
2. Pengukuran Variabel	59
a. <i>Store Atmosphere</i> (X1)	59
b. <i>Word of Mouth</i> (X2)	60
c. Keputusan Pembelian (Y).....	60
3. Operasional Variabel	61
F. Metode Analisis Data	64

1. Pengujian Instrumen Penelitian	65
a. Uji Validitas	65
b. Uji Realiabilitas	66
2. Pengujian Deskriptif	66
3. Pengujian Hipotesis	67
a. Analisis Korelasi.....	67
b. Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
c. Uji Parsial (Uji t)	69
d. Uji Simultan (Uji f).....	70
e. Koefisien Determinasi (R^2)	72
G. Tempat dan Jadwal Penelitian	73
1. Tempat Penelitian	73
2. Jadwal Penelitian	73
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	74
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	74
1. Profil Ramen Cemen cabang Rancaekek.....	74
2. Logo Perusahaan	75
3. Visi dan Misi.....	75
4. Struktur Organisasi	76
B. Pengujian Instrumen Penelitian.....	76
C. Hasil Penelitian	78
1. Analisis Karakteristik Responden.....	78
a. Berdasarkan Jenis Kelamin	78

b.	Berdasarkan Usia	78
c.	Berdasarkan Pekerjaan	80
d.	Berdasarkan Penghasilan/Bulan	81
e.	Berdasarkan Pendidikan	82
f.	Berdasarkan Lamanya Menjadi Konsumen Ramen Cemen	82
2.	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	83
a.	Hasil Uji Validitas	83
b.	Hasil Uji Reliabilitas	86
3.	Deskriptif Hasil Penelitian Kuesioner	87
a.	Tanggapan Responden Mengenai <i>Store Atmosphere</i>	86
b.	Tanggapan Responden Mengenai <i>Word of Mouth</i>	93
c.	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian	97
4.	Hasil Pengujian Hipotesis	99
a.	Hasil Analisis Korelasi	100
b.	Uji Regresi Linier Berganda	101
c.	Uji Parsial (Uji t)	103
d.	Uji Simultan (Uji F)	106
e.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	108
D.	Pembahasan	108
1.	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	108
2.	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	112
3.	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> dan <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	115

BAB V PENUTUP	119
A. Kesimpulan	119
B. Saran	121
1. Bagi Perusahaan	121
2. Bagi Peneliti Selanjutnya	122
DAFTAR PUSTAKA	124

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Laporan Penjualan Ramen Cemen Tahun 2018.....	4
Tabel 1.2 Hasil Mini Survey pada Ramen Cemen	5
Tabel 1.3 Data Pengunjung Ramen Cemen 2018	7
Tabel 1.4 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Skor Penilaian Skala Likert	58
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian.....	61
Tabel 3.3 Kriteria Interpretasi Skor.....	68
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian.....	73
Tabel 4.1 Hasil Pengujian Validitas <i>Store Atmosphere</i> (X1).....	84
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Validitas <i>Word of Mouth</i> (X2).....	85
Tabel 4.3 Hasil pengujian Validitas Keputusan Pembelian (Y)	85
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Store Atmosphere</i> (X1).....	86
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Word of Mouth</i> (X2).....	86
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	87
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai <i>Store Atmosphere</i>	89
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai <i>Word of Mouth</i>	94
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian	97

Tabel 4.10 Matriks Korelasi.....	100
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	102
Tabel 4.12 Uji Simultan (Uji F)	106
Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi	107



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Konsumen Mie Instan di Berbagai Negara (2018).....	2
Gambar 1.2 Outlet Ramen Cemen	8
Gambar 1.3 Model Penelitian	17
Gambar 4.1 Logo Outlet Ramen Cemen	75
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Ramen Cemen	78
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	79
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	80
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/ Bulan	81
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	82
Gambar 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Konsumen Ramen Cemen	83
Gambar 4.9 Garis Kontinum <i>Store Atmosphere</i>	93
Gambar 4.10 Garis Kontinum <i>Word of Mouth</i>	96
Gambar 4.11 Garis Kontinum Keputusan Pembelian.....	100
Gambar 4.12 Hasil Uji Hipotesis <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan pembelian	104

Gambar 4.13 Hasil Uji Hipotesis *Word of Mouth* Terhadap Keputusan pembelian105

Gambar 4.14 Daerah penerimaan dan Penolakan Ho (Uji F)108

