***REPURCHASE INTENTION* DITINJAU DARI *STORE ATMOSPHERE, LIFESTYLE*, DAN *PRODUCT VARIETY***

**( Studi Kasus Pada *Coffe Shop* Heika Kopi Surakarta )**



**SKRIPSI**

**Di Ajukan Untuk Memenuhi Syarat – Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen**

**Universitas Islam Batik Surakarta**

**Disusun Oleh :**

**JUWITA EKA MURSANI**

**NIM. 2018020011**

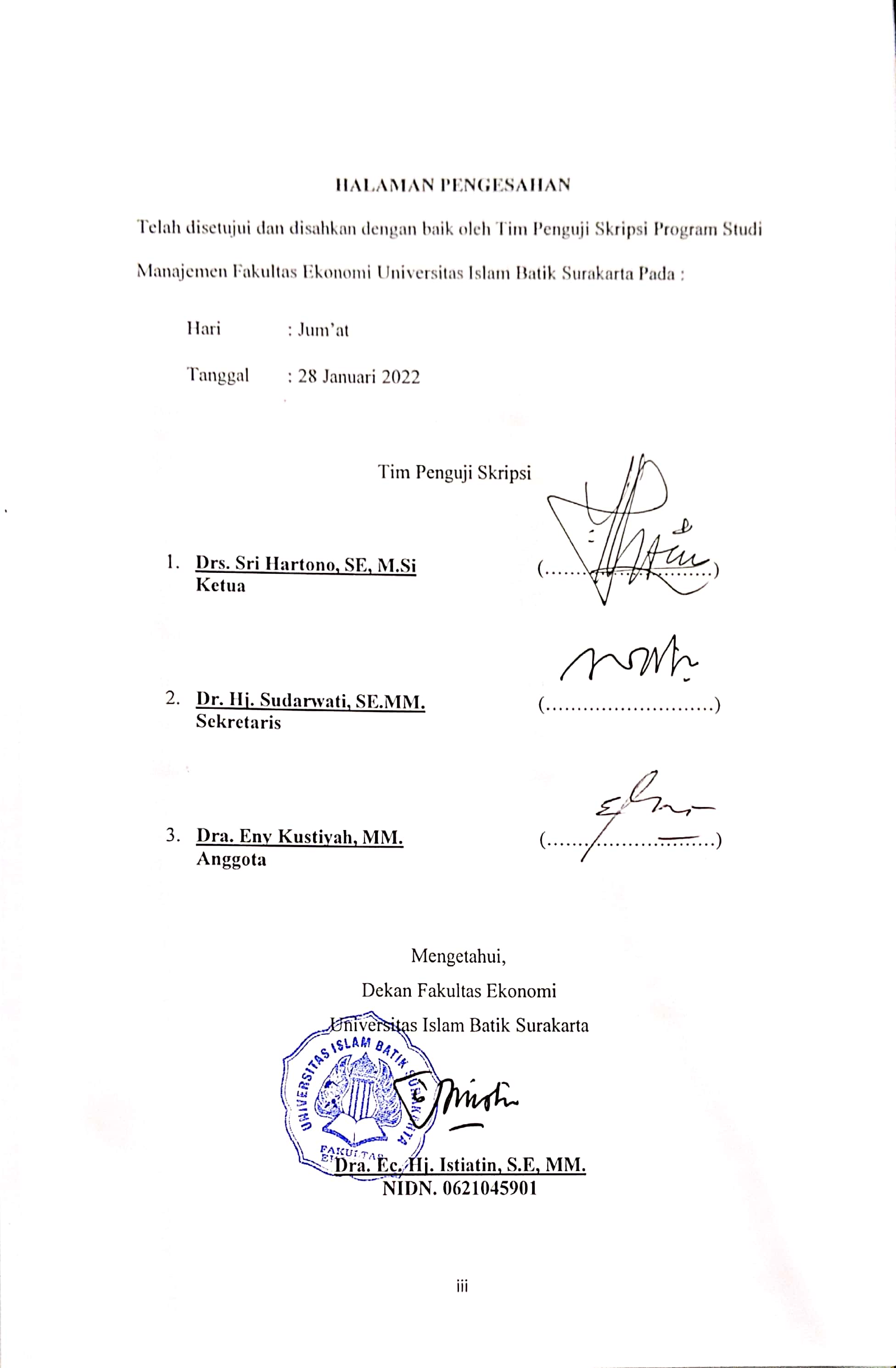
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ISLAM BATIK SURAKARTA**

**2021**





**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Juwita Eka Mursani

NIM : 2018020011

Judul Skripsi : *Repurchase Intention* Ditinjau Dari *Store Atmosphere*,

*Lifestyle* Dan *Product Variety* ( Studi Kasus Pada *Coffe Shop*

Heika Kopi Surakarta ).

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang diacu dalam naskah ini secara tertulis dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surakarta, 19 Januari 2022

(Juwita Eka Mursani)

**MOTTO**

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri”

(Q.S. Ar-Rad: 11)

“Jika kamu mencintai suatu mimpi, maka kau harus bisa lebih mencintai prosesnya”

(Buruh Seduh)

“Percayalah kamu lebih hebat dari apa yang kamu fikirkan”

(Hidanul Achwan)

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kepada keluarga saya terutama kedua orang tua saya, yang senantiasa selalu mendoakan serta memberikan dukungan, semangat, serta doa yang tidak henti – hentinya mengalir demi kelancaran dan kesuksesan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Fadhluroohman Arkaan, Melinda Putri, Surya Kusuma, Amalia Novel serta teman – teman yang lainnya, terimakasih sudah menemani dikala susah maupun senang, berjuang bersama – sama dan telah menjadi tempat berkeluh kesah.
3. Segenap keluarga Paduan Suara Mahasiswa yang senantiasa mengisi hari-hari dengan latihan untuk persiapan wisuda dan banyak lagi kenangan yang terukir selama 3,5 tahun ini. Terimakasih sudah menjadi keluarga kedua setelah keluarga dirumah.
4. Keluarga besar Manajemen A1 dan A4 angkatan tahun 2018.

**KATA PENGANTAR**

*Assallamu’alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan Judul “*Repurchase Intention* Ditinjau Dari *Store Atmosphere*, *Lifestyle*, Dan *Product Variety* ( Studi Kasus Pada *Coffe Shop* Heika Kopi Surakarta )”. Maksud tujuan dari penulisan skripsi ini adalah memenuhi dan melengkapi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Islam Batik Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat tersusun. Oleh karena itu, penulis sampaikan rasa terimakasih yang sedalam – dalamnya kepada :

1. Dr. H. Amir Junaidi, S.H., MH selaku Rektor Universitas Islam Batik Surakarta.
2. Dra. Ec. Hj.Istiatin, S.E., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta.
3. Fithri Setya Marwati, S.E, MM selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta.
4. Raisa Aribatul Hamidah, S.Ei, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Drs. Sri Hartono, S.E, M.Si selaku pembimbing I juga sebagai Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta yang telah memberikan pengarahan dan dukungan selama penyusunan skripsi.
6. Dr. Hj. Sudarwati, S.E, MM selaku pembimbing II yang telah memberikan pengarahan dan dukungan selama penyusunan skripsi.
7. Dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu teori maupun praktek selama perkuliahan di Universitas Islam Batik Surakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan bagi penulis demi kesempurnaan penyusunan dimasa yang akan datang.

Hanya ucapan terimakasih dan doa terbaik semoga apa yang telah diberikan tercatat sebagai amal yang baik dan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Semoga skripsi ini mampu bermanfaat bagi semua pihak pada umumnya dan mahasiswa Program Studi Manajemen, khususnya di Universitas Islam Batik Surakarta.

*Wasalamu’alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*.

Surakarta, 19 Januari 2022

Penulis

Juwita Eka Mursani

**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERSETUJUAN ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

SYARAT PERNYATAAN KEASLIAN iv

MOTTO v

HALAMAN PERSEMBAHAN vi

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xiv

DAFTAR LAMPIRAN xv

*ABSTRACT* xvi

ABSTRAK xvii

BAB I PENDAHULUAN 1

1. Latar Belakang Masalah 1
2. Rumusan Masalah 6
3. Batasan Masalah 7
4. Tujuan Penelitian 7
5. Manfaat Penelitian 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 9

1. *Repurchase Intention* 9
2. Pengertian *Repurchase Intention* 9
3. Indikator *Repurchase Intention* 10
4. Faktor – faktor yang mempengaruhi *Repurchase Intention* 10
5. *Store Atmosphere* 13
6. Pengertian *Store Atmosphere* 13
7. Indikator *Store Atmosphere* 14
8. Faktor – faktor yang mempengaruhi *Store Atmosphere* 15
9. *Lifestyle* 17
10. Pengertian *Lifestyle* 17
11. Indikator *Lifestyle* 18
12. Jenis – jenis *Lifestyle* 19
13. *Product Variety* 21
14. Pengertian *Product Variety* 21
15. Indikator *Product Variety* 22
16. Jenis – jenis *Product Variety* 23
17. Penelitian yang Relevan 24
18. Kerangka Penelitian 28
19. Hipotesis 29

BAB III METODE PENELITIAN 31

1. Jenis Penelitian 31
2. Waktu dan Tempat Penelitian 31
3. Populasi dan Sampel 31
4. Sumber Data 33
5. Teknik Pengumpulan Data 34
6. Definisi Operasional Pengukuran Variabel 36
7. Teknik Analisis Data 37
8. Analisa Data 41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 47

1. Gambaran Umum *Coffe Shop* Heika Kopi 47
2. Gambaran Umum Deskripsi Responden 48
3. Hasil Analisis Data 52
4. Uji Asumsi Klasik 52
5. Uji Normalitas 52
6. Uji Heterokedastisitas 55
7. Uji Multikolinearitas 56
8. Uji Regresi Linear Berganda 57
9. Uji Hipotesis 59
10. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R2)
11. Uji t 60
12. Pembahasan 63

BAB V PENUTUP 67

1. Kesimpulan 67
2. Saran 67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu 24

Tabel 2.1 Definisi Operasional Pengukuran Variabel 36

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas *Repurchase Intention* 38

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas *Store Atmosphere* 39

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas *Lifestyle* 39

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas *Product Variety* 40

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen 41

Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 49

Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia 50

Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pernah Berkunjung 52

Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas 53

Tabel 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas 56

Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolenieritas 57

Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda 59

Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R2) 60

Tabel 4.9 Hasil Uji t 61

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Diagram Konsumsi Kopi Nasional 2

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 29

Gambar 3.1 Uji Histogram Uji Normalitas 42

Gambar 3.2 Uji *Normal P-Plot* 43

Gambar 4.1 Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 49

Gambar 4.2 Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Usia 51

Gambar 4.3 Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Pernah Berkunjung 52

Gambar 4.4 Uji Histogram Uji Normalitas 54

Gambar 4.5 Grafik *Normal P-Plot* 55

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data 20 Responden

Lampiran 3 Data 100 Responden

Lampiran 4 Hasil Kuesioner

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas

Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis

Lampiran 10 Tabel Uji R

Lampiran 11 Tabel Uji t

***ABSTRACT***

*JUWITA EKA MURSANI, NIM 2018020011 : REPURCHASE INTENTION REVIEWED FROM STORE ATMOSPHERE, LIFESTYLE, AND PRODUCT VARIETY (CASE STUDY ON COFFE SHOP HEIKA KOPI SURAKARTA).*

*Script, Department of Manajemen (S1), Batik Islamic University of Surakarta. 2021.*

*The purpose of this study was to determine the effect of store atmosphere, lifestyle and product variations on repurchase intentions at Coffee Shop Heika Kopi Surakarta. This type of research uses quantitative research. This research was conducted by taking a sample of 100 respondents. The population in this study were all consumers who made purchases at the Coffee Shop Heika Kopi Surakarta. The data used in this study is primary data obtained from the results of respondents answers which were collected using a questionnaire in the form of a google form. The method used is non-probability sampling or purposive sampling. The data analysis technique used in this research is instrument test, classical assumption test, multiple linear regression analysis technique and hypothesis testing using SPSS 15 program. The results of this study indicate that partially store atmosphere and product variations have a significant effect on repurchase intention, style variable life has no significant effect on repurchase intention.*

***Keyword*** *:Store Atmosphere, Lifestyle, Product Variety, Repurchase Intention.*

**ABSTRAK**

JUWITA EKA MURSANI, NIM 2018020011 : *REPURCHASE INTENTION* DITINJAU DARI *STORE ATMOSPHERE*, *LIFESTYLE* DAN *PRODUCT VARIETY* (STUDI KASUS PADA *COFFE SHOP* HEIKA KOPI SURAKARTA).

Skripsi, Program Studi Manajemen (S1), Universitas Islam Batik Surakarta, 2021.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, *lifestyle* dan *product variety* terhadap *repurchase intention* pada *Coffee Shop* Heika Kopi Surakarta. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada *Coffee Shop* Heika Kopi Surakarta. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil jawaban responden yang dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner berupa *google form*. Metode yang digunakan adalah *non-probability sampling* atau *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen, uji asumsi klasik, teknik analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis menggunakan program SPSS 15. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *store atmosphere* dan *product variety* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention*, variabel *lifestyle*  tidak berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention*.

**Kata kunci** : *Store Atmosphere, Lifestyle, Product Variety, Repurchase Intention.*