

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *WORD OF MOUTH (WOM)*,  
DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN  
(Studi kasus pada Café Nuansa Alam di Tanjungsari Bogor)**

**SKRIPSI**



**OLEH:  
IDIM KUSWANDI  
NIM : 112010747**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *WORD OF MOUTH*  
(*WOM*), DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi kasus pada Café Nuansa Alam di Tanjungsari Bogor)**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam  
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

SKRIPSI



OLEH:  
IDIM KUSWANDI  
NIM : 112010747

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

## PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi Menyatakan:

Nama Mahasiswa : Idim Kuswandi

NIM : 112010747

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, *Word Of Mouth (WOM)*, dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Café Nuansa Alam di Tanjungsari Bogor)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 01 Agustus 2024

Pembimbing



Dr. Asral, S.E.,M.M.

NIDN : 0417086706

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, WORD OF MOUTH (WOM), DAN  
STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi kasus pada Cafe Nuansa Alam di Tanjungsari Bogor)**

Dipersiapkan dan disusun oleh: Idim  
Kuswandi  
112010747

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Jumat, tanggal 16, bulan Agustus, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI**

Ketua Penguji,  
Nining Yuningsih, S.Pd.,M.M.  
NIDN: 0420038207

Tanda Tangan



Anggota Penguji  
Sri Wahyuningsih, S.E.,M.M.  
NIDN: 0428067704

Tanda Tangan



Ka. Prodi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc.  
NIDN: 0406068402

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M.  
NIDN: 0404046508

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Idim Kuswandi  
NIM : 112010747  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian – bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian – bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi – sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 1 Agustus 2024



F14C/ALX331035332  
Idim Kuswandi  
NIM: 112010747

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### **Motto:**

*"Dedication, perseverance, and passion are the keys to unlocking the doors of success."*

### **Persembahan:**

Dengan rasa syukur dan hormat, karya ini kupersembahkan kepada:

1. Kedua orangtua tercinta, saudara-saudaraku dan orang tercinta yang selalu memberikan dukungan, doa, dan cinta tanpa batas. Kalian adalah sumber inspirasi dan semangatku.
2. Dosen pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, ilmu, dan waktu untuk membantuku menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih atas segala arahan dan dukungannya.
3. Tim Es Teh Tanjungsari, tim Sayuran Qita, teman-teman seperjuangan, yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan kebersamaan. Perjalanan ini menjadi lebih berharga dengan adanya kalian.
4. Almamater, yang telah memberikan wadah dan kesempatan untuk belajar dan berkembang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Alloh SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, *Word of Mouth (WOM)*, Dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Nuansa Alam Tanjungsari Bogor”. Penyusunan Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Dr. Asral, S.E., M.M. Selaku Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan masukan, keteladanan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
2. Ibu Dr. Yunita Ramadhani RDS., S.E., M.Sc. dan Bapak Wachid Hasyim., S.E., M.M. Selaku Ketua dan Sekertaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, beserta staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat menulis Skripsi.
3. Ibu Dr. Preatmi Nur Astuti, S.E., M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajaran yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil kepada penulis.
4. Bapak Hamzah Muhammad Mardiputera., SKM., M.M., D.B.A Selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Skripsi ini.

6. Kedua orang tua yang telah mengasuh, mendidik, membesarkan serta mendoakan dengan penuh kesabaran, keteladanan, serta pengorbanan yang tak terhingga kepada penulis sehingga penyusunan Skripsi ini berjalan dengan lancar.
7. Rekan-rekan mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa Angkatan 2020
8. Seluruh Staf Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian Skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian Skripsi ini.

Penulis menyadari penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat untuk pengalaman ilmu dimasa yang akan datang.

Bekasi, 01 Agustus 2024  
Penulis,



## DAFTAR ISI

<b>SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Keputusan Pembelian .....	10
2.1.2 Kualitas Produk .....	11
2.1.3 <i>Word of Mouth</i> .....	13
2.1.4 <i>Store Atmosphere</i> .....	15
2.2 Penelitian Terdahulu .....	16
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian .....	21
2.3.1 Hipotesis.....	21

2.3.2 Model Penelitian.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	27
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
3.3 Kerangka Konsep.....	28
3.3.1 Desain Penelitian.....	28
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	29
3.5 Populasi dan Pengambilan Sampel.....	30
1. Populasi .....	30
2. Pengambilan Sampel.....	31
3.6 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6.1 Jenis Data .....	31
3.6.2 Sumber Data.....	32
3.7 Metode Analisis Data.....	33
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	33
3.7.2 Uji Asumsi Klasik .....	34
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
3.7.4 Uji Hipotesis.....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	38
4.1.1 Gambaran Umum Penelitian dan Deskripsi Data.....	38
4.1.2 Karakteristik Responden .....	39
4.2 Analisis Data .....	42
4.2.1 Uji Validasi dan Uji Reliabilitas .....	42
4.2.2 Uji Asumsi Klasik .....	47
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
4.2.4 Uji Hipotesis.....	52
4.3 Pembahasan atau Interpretasi Data .....	53
4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap Keputusan Pembelian .....	53

4.3.2 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.....	56
4.3.3 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> secara parsial terhadap Keputusan Pembelian .....	59
4.3.4 Pengaruh Kualitas Produk, <i>Word of Mouth (Wom)</i> , Dan <i>Store Atmosphere</i> Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian .....	61
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>64</b>
5.1 Kesimpulan .....	64
5.2 Saran .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>69</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>105</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data penjualan café Nuansa Alam periode 2019 – 2022.....	5
Tabel 1.2 Daftar café bernuansa alam di wilayah Tanjungsari Bogor.....	6
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	29
Tabel 3.2 Skala Likert .....	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender.....	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	40
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	41
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	41
Tabel 4.6 Uji Validitas Kualitas Produk (X1).....	42
Tabel 4.7 Uji Validitas <i>Word of Mouth</i> (X2).....	43
Tabel 4.8 Uji Validitas <i>Store Atmosphere</i> (X3).....	44
Tabel 4.9 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	45
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1).....	46
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas <i>Word of Mouth</i> (X2).....	46
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas <i>Store Atmosphere</i> (X3) .....	47
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	47
Tabel 4.14 Uji Normalitas .....	47
Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 4.16 Uji Heteroskedastisitas.....	49
Tabel 4.17 Uji F.....	50
Tabel 4.18 Persamaan Regresi Linier Berganda.....	51
Tabel 4.19 Uji T.....	52
Tabel 4.20 Uji Koefisien Determinasi .....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	26
Gambar 3. 1.Disain Penelitian.....	28
Gambar 4.1 Uji Normalitas P-Plot .....	48
Gambar 4. 2 Histogram Normalitas.....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Mapping Jurnal Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	70
Lampiran 2. Lembar Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 3. Data Tabulasi Hasil Kuesioner.....	84
Lampiran 4. Karakteristik Responden.....	96
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas.....	98
Lampiran 6. Uji Reliabilitas .....	100
Lampiran 7. Uji Asumsi Klasik.....	101
Lampiran 8. Uji Hipotesis dan Regresi Linier Berganda .....	104

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, WORD OF MOUTH (WOM),  
AND STORE ATMOSPHERE ON PURCHASING DECISIONS  
(Case study at Café Nuansa Alam in Tanjungsari Bogor)**

Idim Kuswandi<sup>1</sup>

Asral Asral<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

*This study examines the impact of product quality, Word of Mouth (WOM), and Store Atmosphere on purchase decisions at Café Nuansa Alam, Tanjungsari, Bogor. The research is motivated by the growing focus on consumer desires and needs, particularly in the culinary sector. As the culinary industry, especially nature-themed cafés, evolves, factors such as product quality, WOM, and store atmosphere become crucial in influencing consumer decisions. This study employs a quantitative method. Data were collected through observations and statistical analysis to test hypotheses regarding the influence of these three factors. The study recommends that companies focus on improving product quality, positive WOM strategies, and creating a comfortable Store Atmosphere to boost purchase decisions and customer satisfaction.*

*Based on the T test calculation, the t count for Product Quality is 0.003 ( $< 0.05$ ), so it can be concluded that the Product Quality variable has a significant effect on Purchasing Decisions. Furthermore, it was found that the Sig value. from Word of Mouth of 0.001 ( $< 0.05$ ), it can be concluded that the Word of Mouth variable has a significant effect on Purchasing Decisions. And finally, it was found that the Sig. from the Store Atmosphere of 0.000 ( $< 0.05$ ), it can be concluded that the Store Atmosphere variable has a significant effect on Purchasing Decisions.*

*The calculated f results show that the Sig value. From the F test, which is 0.000  $< 0.05$ , it can be concluded that the Product Quality, Word of Mouth and Store Atmosphere variables influence simultaneously (simultaneously) on the Purchasing Decision variable.*

**Keywords:** *Product Quality, WOM, Store Atmosphere, Purchase Decision*

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *WORD OF MOUTH (WOM)*, DAN *STORE  
ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi kasus pada Café Nuansa Alam di Tanjungsari Bogor)**

Idim Kuswandi<sup>1</sup>

Asral Asral<sup>2</sup>

**ABSTRAK**

Abstrak penelitian ini mengkaji pengaruh kualitas produk, *Word of Mouth (WOM)*, dan *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian di Café Nuansa Alam, Tanjungsari, Bogor. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan manusia yang kini lebih berfokus pada keinginan dan hasrat, terutama dalam sektor kuliner. Seiring dengan berkembangnya industri kuliner, khususnya café bernuansa alam, faktor-faktor seperti kualitas produk, *WOM*, dan atmosfer toko menjadi sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen. Penelitian ini merekomendasikan agar perusahaan fokus pada peningkatan kualitas produk, strategi *WOM* positif, dan penciptaan *Store Atmosphere* yang nyaman untuk meningkatkan keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan perhitungan uji T, diperoleh t hitung Kualitas Produk sebesar 0,003 ( $< 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Selanjutnya didapatkan bahwa nilai Sig. dari *Word of Mouth* sebesar 0,001 ( $< 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Word of Mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dan yang terakhir yaitu didapatkan bahwa nilai Sig. dari *Store Atmosphere* sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Store Atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil f hitung diketahui bahwa nilai Sig. dari uji F yaitu sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk, *Word of Mouth* dan *Store Atmosphere* berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, *WOM*, *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian