

***Pengaruh Brand Image dan Store Atmosphere terhadap
Repurchase Intention Ayam Asix cabang Galaxy Bekasi***

SKRIPSI

**Oleh :
Nia Kurniasih
201610325056**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan *Store Atmosphere*
terhadap *Repurchase Intention* Ayam Asix cabang
Galaxy Bekasi

Nama Mahasiswa : Nia Kurniasih

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325056

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 27 Juli 2020



Jakarta, 5 Agustus 2020
MENYETUJUI,
Dosen Pembimbing

M. Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIDN : 0325057908

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan *Store Atmosphere*
terhadap *Repurchase Intention* Ayam Asix cabang
Galaxy Bekasi
Nama Mahasiswa : Nia Kurniasih
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325056
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 27 Juli 2020

Jakarta, 5 Agustus 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Widi Winarso, S.E., M.M.
NIDN : 0319067606

Penguji I : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.
NIDN : 0325057908

Penguji II : Agus Dharmanto, S.E., M.M.
NIDN : 0305087310

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi

M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.
NIDN : 0325057908

Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP.
NIDN : 0318107101

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kepada Allah atas karunia dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan *Store Atmosphere* terhadap *Repurchase Intention* Ayam Asix cabang Galaxy Bekasi“. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen. Penulis menyadari bahwa cukup banyak menghadapi kendala, hambatan serta kesulitan, namun berkat doa, usaha, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang terlibat maka skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu penulis menyampaikan rasa penghormatan dan ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Inspektur Jendral Polisi (P) Dr. (C) Drs. H.Bambang Karsono, S.H.,M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi.
2. Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CMA., CACP. selaku KepalaDekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. M. Fadhli Nursal, S.E., M.M. Selaku Ketua Program StudiManajemen dan Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunyadengan memberikan bimbingan dan masukan selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh dosen jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarata Raya atas ilmu pengetahuan yang telah diberikan selama ini
5. Orangtua, Alm Sairi dan Ibu Turiyah yang telah memberikan doa, semangat, serta, materi selama penulisan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap kedepannya skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 05Agustus 2020

Nia Kurniasih
201610325056

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini:

Nama : Nia Kurniasih
NPM : 201610325056
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan *Store Atmosphere* terhadap
Repurchase Intention Ayam Asix cabang Galaxy
Bekasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan - bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 5 Agustus 2020
Yang membuat pernyataan,



Nia Kurniasih

Nia Kurniasih
201610325056

ABSTRAK

Nia Kurniasih, 201610325056 Pengaruh *Brand Image* dan *Store Atmosphere* terhadap *Repurchase Intention* Ayam Asix cabang Galaxy Bekasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh *Brand Image* dan *Store Atmosphere* terhadap *Repurchase Intention* Ayam Asix cabang Galaxy Bekasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS 24.0 sebagai alat analisis Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Image* berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention*, *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Sedangkan secara simultan *Brand Image* dan *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Store Atmosphere*, *Repurchase Intention*



ABSTRACT

Nia Kurniasih, 201610325056 Effect of Brand Image and Store Atmosphere on Repurchase Intention of Chicken Asix Galaxy Branch. This study aims to determine whether there is an effect of Brand Image and Store Atmosphere on Repurchase Intention of Chicken Asix Galaxy Branch. This research uses quantitative methods. The sampling technique used in this study was purposive sampling. This study uses SPSS 24.0 as an analysis tool. The results showed that Brand Image has a positive effect and significant effect on Repurchase Intention, Store Atmosphere has a positive and significant effect on Repurchase Intention. While simultaneously Brand Image and Store Atmosphere have a positive and significant effect on Repurchase Intention.

Keywords: Brand Image, Store Atmosphere, Repurchase Intention



DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Batasan Masalah.....	8
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 <i>Brand Image</i>	10
2.1.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	10
2.1.2 Dimensi <i>Brand Image</i>	10
2.1.3 Faktor – Faktor Pembentukan <i>Brand Image</i>	11
2.1.4 Indikator <i>Brand Image</i>	12
2.2 <i>Store Atmosphere</i>	12
2.2.1 Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	13
2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Store Atmosphere</i>	14
2.2.3 Indikator <i>Store Atmosphere</i>	15
2.3 <i>Repurchase Intention</i>	16
2.3.1 Pengertian <i>Repurchase Intention</i>	16
2.3.2 Faktor Yang Membentuk Minat Beli Konsumen	17

2.3.3	<i>Indicator Repurchase Intention</i>	20
2.4	Penelitian Terdahulu	20
2.5	Kerangka Pemikiran	24
2.6	Hipotesis Penelitian	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		26
3.1	Desain Penelitian	26
3.2	Tahapan Penelitian	26
3.3	Model Konseptual Penelitian.....	27
3.4	Operasionalisasi Variabel	28
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian	29
3.5.1	Waktu Penelitian.....	29
3.5.2	Tempat Penelitian	30
3.5.3	Metode Pengambilan Populasi Dan Sampel.....	30
3.6	Teknik Pengumpulan Data	31
3.7	Metode Analisis Data	32
3.3.1	Uji Validitas.....	32
3.3.2	Uji Reabilitas	32
3.8	Uji Asumsi Klasik	33
3.8.1	Uji Normalitas.....	33
3.8.2	Uji Multikolinearitas.....	33
3.8.3	Uji Heteroskedastisitas	34
3.9	Analisis Regresi Linear Berganda	35
3.10	Uji Hipotesis	35
3.10.1	Uji Parsial (Uji T)	35
3.10.2	Uji Simultan (Uji F).....	36
3.10.3	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	37
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	38
4.1.1	Sejarah Perusahaan.	38
4.2	Penyebaran Dan Pengumpulan Kuesioner.....	38
4.2.1	Identitas Responden.....	39
4.3	Uji Kualitas Data	42

4.3.1	Uji Validitas	42
4.3.2	Uji Reabilitas	44
4.4	Uji Asumsi Klasik	45
4.4.1	Uji Normalitas	45
4.4.2	Uji Multikolinieritas	47
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	48
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda	48
4.6	Uji Hipotesis	49
4.6.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	49
4.6.2	Uji t	50
4.6.3	Uji F.....	51
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian.....	53
BAB V PENUTUP		56
1.1	Kesimpulan	56
1.2	Implikasi Manajerial	57
DAFTAR PUSTAKA		58
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Restoran Ayam Asix Tahun 2019	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Operational Variabel	28
Tabel 3.2 Skala Likert	31
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner.....	38
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4.5 Uji Validitas <i>Brand Image</i>	42
Tabel 4.6 Uji Validitas <i>Store Atmosphere</i>	43
Tabel 4.7 Uji Validitas <i>Repurchase Intention</i>	43
Tabel 4.8 Uji Realibitas	44
Tabel 4.9 Uji Normalitas.....	45
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
Tabel 4.12 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	50
Tabel 4.10 Hasil Uji t.....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Daftar Menu Ayam Asix	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 3.1 Model Konseptual	27
Gambar 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Umur	40
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
Gambar 4.4 Uji Normalitas	61
Gambar 4.5 Uji Heteroskedastisitas	47



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Uji Plagiat
- Lampiran 2 Uji Referensi Skripsi
- Lampiran 3 Surat Permohonan Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 5 Tabulasi Data
- Lampiran 6 Hasil Data Ouy
- Lampiran 7 Tabel Output Hasil SPSS
- Lampiran 8 Tabel R
- Lampiran 9 Titik Presentase Distribusi T
- Lampiran 10 Titik Presentase Distribusi F

