

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN KONTEN
MARKETING TERHADAP MINAT BELI DI KOPI 16 PRO
PALEMBANG**

SKRIPSI

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Indo Global Mandiri**



Disusun oleh:

NABILA HASANAH

NPM : 2021510054

**KEMENTRIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
TAHUN 2025**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh *Store Atmosphere* dan Konten Marketing Terhadap Minat Beli di Kopi 16 Pro Palembang
Nama : Nabila Hasanah
NPM : 2021510054
Program Studi : Manajemen
Pembimbing I : Dr. Fauziah Afriyani, S.Pd., M.Si
Pembimbing II : Emilda, SE., M.B.A., CFP
Tanggal Seminar : Kamis, 13 Februari 2025

Palembang, 21 Februari 2025

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,



Dr. Fauziah Afriyani, S.Pd., M.Si
NIDN. 0225047302

Pembimbing II,



Emilda, SE., M.B.A., CFP
NIDN. 0217058902

Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi Manajemen



Mohammad Kurniawan DP, S.E., M.Si.
NIDN. 0202067802

Dekan Fakultas Ekonomi



Budi Setiawan, S.E., M.M., Ph.D
NIDN. 0208048701

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh,

Judul : Pengaruh *Store Atmosphere* dan Konten Marketing Terhadap Minat Beli di Kopi 16 Pro Palembang

Nama Mahasiswa : Nabila Hasanah

NPM : 2021510054

Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan di hadapan Penguji Ujian Skripsi dan Komprehensif dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.

Penguji Ujian Skripsi dan Komprehensif,

Ketua Penguji :



Dr. Fauziah Afriyani, S.Pd., M.S
NIDN. 0225047302

Penguji I :



Try Wulandari., S.E., M.Fin., CFP
NIDN. 0223109401

Penguji II :



Shafiera Lazuarni, SE., M.Sc., CFP., AFA
NIDN. 0213109401

Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi Manajemen



Mohammad Kurniawan DP, S.E., M.Si.
NIDN. 0202067802

Dekan Fakultas Ekonomi



Budi Setiawan, S.E., M.M., Ph
NIDN. 0208048701

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nabila Hasanah

NPM : 2021510054

Program studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya dengan pengarahannya dari para pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di Universitas Indo Global Mandiri maupun di perguruan tinggi lain.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah.

Palembang, 21 Februari 2025



Nabila Hasanah
2021510054

LEMBAR REVISI

Nama : Nabila Hasanah
NPM : 2021510054
Program studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Store Atmosphere* dan Konten Marketing Terhadap Minat Beli di Kopi 16 Pro Palembang

Ketua Penguji :



Dr. Fauziah Afriyani, S.Pd., M.Si
NIDN. 0225047302

Penguji I :



Try Wulandari., S.E., M.Fin., CFP
NIDN. 0223109401

Penguji II :



Shafiera Lazuardi, SE., M.Sc., CFP., AFA
NIDN. 0213109401

Palembang, 21 Februari 2025
Ketua Program Studi Manajemen



Mohammad Kurniawan DP, S.E., M.Si.
NIDN. 0202067802

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere* dan Konten Marketing Terhadap Minat Beli di Kopi 16 Pro Palembang”. Dalam penyusunan skripsi, penulis telah mendapatkan bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. H. Marzuki Alie, S.E., M.M., Ph.D selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang
2. Budi Setiawan, S.E., M.M., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Mohammad Kurniawan DP, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Dr. Fauziah Afriyani, S.Pd., M.Si selaku dosen pembimbing kesatu. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
5. Emilda, SE., M.B.A., CFP selaku dosen pembimbing kedua. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Indo Global Mandiri Palembang atas segala ilmu dan pengalaman berharga yang telah diberikan selama ini kepada penulis.
7. Kopi 16 Pro, selaku pihak yang telah mengizinkan dan memberi bantuan bagi saya untuk melakukan penelitian.
8. Orang tua, Ayah dan Ibunda ku tercinta, Hendri dan Nur Asiah, dua orang yang berjasa dalam hidup penulis. Terima kasih atas segala kasih sayang, dukungan baik moral maupun material dan doa yang tak terhingga hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan meraih cita-cita. Semoga Allah SWT memberikan keberkahan di dunia serta tempat terbaik di akhirat kelak, karena telah menjadi figur orang tua terbaik bagi penulis.
9. Untuk ke dua saudara saya tercinta. Adik saya, M Rafa Dwi Putra dan adik

saya paling kecil Kayra Nadhifa Almaira, karena telah memberikan dukungan dan doa serta menjadi penghibur dan teman berantem di kala saya merasa bosan.

10. Sahabat - sahabat terbaikku dari awal kuliah sampai sekarang dan untuk selama - lamanya, kalian yang selalu mengisi hari - hari penulis selama di perkuliahan ini. Sania Oktariza,S.M, Amelia Lestari,S.M, dan Nina Eka Triani,S.M terima kasih atas doa, semangat dan kebersamaannya selama ini.
11. Muhammad Arief Saputra, terima kasih atas dukungan, semangat, serta telah menjadi tempat berkeluh kesah, selalu ada dalam suka maupun duka selama proses penyusunan skripsi ini.
12. Sahabat - sahabat terbaikku dari zaman putih abu - abu sampai sekarang dan sampai kapanpun, meskipun setelah lulus kita jarang ketemu, tapi Alhamdulillah persahabatan kita tetap terjaga. Dila Puspita Sari dan Sari Parwita terima kasih atas doa, semangat dan kebersamaannya selama ini.
13. Terakhir terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras berjuang sampai sejauh ini tidak menyerah dan terus berusaha sampai akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat pada waktunya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu saran dan kritik sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan membutuhkan.

Palembang, 21 Februari 2025

Nabila Hasanah
NPM. 2021510054

ABSTRAK

Kopi 16 Pro Palembang merupakan kedai kopi terapung pertama di Kota Palembang yang menerapkan strategi pemasaran melalui *Store atmosphere* dan konten marketing. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Store atmosphere* dan konten marketing terhadap minat beli konsumen di Kopi 16 Pro Palembang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 96 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai signifikansi 0,000. Konten marketing juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai signifikansi 0,000. Secara simultan, kedua variabel ini berpengaruh signifikan dengan nilai F-hitung sebesar 160,450 dan signifikansi 0,000. *Store atmosphere* yang nyaman meningkatkan pengalaman pelanggan, sedangkan konten marketing yang menarik memperkuat ketertarikan konsumen. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa optimalisasi *Store atmosphere* dan konten marketing dapat meningkatkan minat beli konsumen. Pemilik usaha disarankan untuk terus meningkatkan kualitas atmosfer toko dan strategi pemasaran digital guna menarik lebih banyak pelanggan.

Kata kunci: *Store atmosphere*, Konten marketing, Minat beli, Kopi 16 Pro, Pemasaran digital.

ABSTRACT

Kopi 16 Pro Palembang is the first floating coffee shop in Palembang City that implements a marketing strategy through Store atmosphere and content marketing. This study aims to analyze the influence of Store atmosphere and marketing content on consumer buying interest in Kopi 16 Pro Palembang. This study uses a quantitative method with a survey approach. Data was collected through a questionnaire distributed to 96 respondents. The analysis technique used is multiple linear regression with the help of SPSS 25. The results showed that the Store atmosphere had a positive and significant effect on buying interest with a significance value of 0.000. Content marketing also has a positive and significant effect on buying interest with a significance value of 0.000. Simultaneously, these two variables have a significant effect with an F-count value of 160.450 and a significance of 0.000. A comfortable Store atmosphere improves the customer experience, while attractive marketing content strengthens consumer interest. The conclusion of this study confirms that optimizing Store atmosphere and marketing content can increase consumer buying interest. Business owners are advised to continue to improve the quality of the Store atmosphere and digital marketing strategy to attract more customers.

Keywords: Store atmosphere, Marketing content, Buying interest, Coffee 16 Pro, Digital marketing.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR REVISI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Masalah Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 <i>Store atmosphere</i>	8
2.1.1 Pengertian <i>Store atmosphere</i>	8
2.1.2 Elemen <i>Store atmosphere</i>	8
2.1.3 Indikator Pengaruh <i>Store atmosphere</i>	10
2.2 Konten Marketing	11
2.2.1 Pengertian Konten Marketing.....	11
2.2.2 Faktor-faktor Konten Marketing.....	12
2.2.3 Indikator Konten Marketing	14
2.3 Minat Beli	15
2.3.1 Pengertian Minat Beli	15
2.3.2 Faktor-faktor Minat Beli.....	15
2.3.3 Indikator Minat Beli	16
2.4 Penelitian Terdahulu.....	16
2.5 Kerangka Pemikiran.....	24
2.5.1 Pengaruh <i>Store atmosphere</i> Terhadap Minat Beli	24
2.5.2 Pengaruh Konten Marketing Terhadap Minat Beli.....	25
2.5.3 Pengaruh <i>Store atmosphere</i> dan Konten Marketing terhadap Minat Beli.....	25
2.6 Hipotesis.....	26

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	28
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	28
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	28
3.3.1 Data Primer.....	29
3.3.2 Data Sekunder.....	29
3.4 Populasi dan Sampel.....	29
3.4.1 Populasi.....	29
3.4.2 Sampel.....	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6 Teknik Analisis.....	32
3.6.1 Uji Instrumen atau Uji Kualita Data.....	32
3.6.1.1 Uji Validitas.....	33
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	33
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	34
3.6.2.1 Uji Normalitas.....	34
3.6.2.2 Uji Multikolinieritas.....	34
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	35
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
3.6.4 Uji Hipotesis.....	36
3.6.4.1 Uji T (Parsial).....	36
3.6.4.2 Uji Statistik (Uji F).....	36
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	37
3.7 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	37
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 39
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	39
4.1.1 Profil Kopi 16 Pro Palembang.....	39
4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	40
4.2 Hasil Penelitian.....	42
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	42
4.2.1.1 Deskripsi Tanggapan Responden terhadap <i>Store atmosphere</i> (X ₁).....	42
4.2.1.2 Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Konten Marketing (X ₂).....	43
4.2.1.3 Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Minat Beli (Y).....	44
4.2.2 Uji Kualitas Data.....	44
4.2.2.1 Uji Validitas.....	44
4.2.2.2 Uji Realibilitas.....	46
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	47
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	47
4.2.3.2 Uji Multikolinieritas.....	48
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	49
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
4.2.5 Uji Hipotesis.....	51
4.2.5.1 Uji T (Parsial).....	51

4.2.5.2 Uji Statistik (Uji F)	52
4.2.6 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	53
4.3 Pembahasan.....	53
4.3.1 Pengaruh <i>Store atmosphere</i> terhadap Minat Beli di Kopi 16 Pro Palembang	53
4.3.2 Pengaruh Konten Marketing terhadap Minat Beli di Kopi 16 Pro Palembang	55
4.3.3 Pengaruh <i>Store atmosphere</i> dan Konten Marketing terhadap Minat Beli di Kopi 16 Pro Palembang	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu 16
Tabel 3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel..... 38
Tabel 4.1	Deskripsi Karakteristik Responden 41
Tabel 4.2	Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Store atmosphere</i> (X1) 42
Tabel 4.3	Hasil Tanggapan Responden terhadap Konten Marketing (X2) 43
Tabel 4.4	Hasil Tanggapan Responden terhadap Minat Beli (Y)..... 44
Tabel 4.5	Hasil Uji validitas 45
Tabel 4.6	Hasil Uji Realibilitas 46
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas..... 47
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinieritas..... 48
Tabel 4.9	Hasil Uji Heteroskedastisitas 49
Tabel 4.10	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda 50
Tabel 4.11	Hasil Uji Parsial (t)..... 51
Tabel 4.12	Hasil Uji Simultan (F) 52
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... 53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Akun Instagram Kopi 16 Pro.....	4
Gambar 1.2 Akun Tiktok Kopi 16 Pro	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	26

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	66
Lampiran 2. Tabulasi Data	70
Lampiran 3. Hasil Olah Data	77
Lampiran 4. Bukti Hadir Seminar Proposal Skripsi	91
Lampiran 5. Kartu Bimbingan Skripsi	92
Lampiran 6. Surat Izin Penelitian	93