

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM),
CONTENT MARKETING DAN *STORE ATMOSPHERE* DI
RESTORAN *MAGIA SPACE AND WHATEVER* KOTA MADIUN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus Konsumen Di Restoran *Magia Space and Whatever*)**

SKRIPSI



OLEH:

AMALIA AZ ZAHRA

NIM. 2003102060

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI MADIUN
2024**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*, *CONTENT MARKETING* DAN *STORE ATMOSPHERE* DI RESTORAN *MAGIA SPACE AND WHATEVER* KOTA MADIUN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS KONSUMEN DI RESTORAN *MAGIA SPACE AND WHATEVER*)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas PGRI Madiun untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Sarjana Strata 1 Manajemen

OLEH:

AMALIA AZ ZAHRA

NIM. 2003102060

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Skripsi oleh Amalia Az Zahra telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Madiun, 29 Juli 2024

Pembimbing I,



Dr. Diah Santi Hariyani, S.E., M.Si.
NIDN. 0709048104

Madiun, 29 Juli 2024

Pembimbing II,




Hari Purwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0728047704

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi oleh Amalia Az Zahra ini telah dipertahankan di depan panitia penguji pada hari Senin tanggal 05 Agustus 2024.

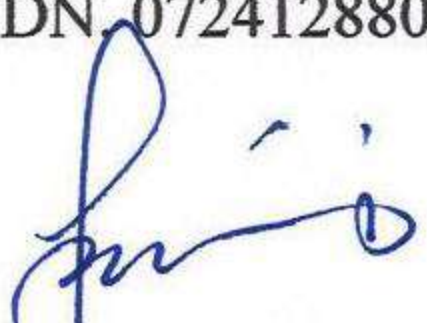
Panitia Penguji,


Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

Ketua


Robby Sandhi Dessyarti, S.E., M.M.
NIDN. 0724128802

Sekretaris


Dr. Diyah Santi Hariyani, S.E., M.Si.
NIDN. 0709048104

Anggota


Hari Purwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0728047704

Anggota


Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

Anggota



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., CA.
NIDN. 0727078603



Mengesahkan,
Kaprodi S1 Manajemen

Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Amalia Az Zahra
NIM : 2003102060
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Madiun, 31 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Amalia Az Zahra
NPM.2003102060

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Lakukan apa yang kau mau sekarang
Saat hatimu bergerak, jangan kau larang,
untukmu cintai diri sendiri hari ini”
(Daniel Baskara Putra *aka* Hindia)

Skripsi ini Saya Persembahkan Kepada:

Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Marsudi dan Ibu Endah yang selalu melangitkan doa-doa baik dan menjadikan motivasi untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas setiap langkah pengorbanan dan kerja keras yang dilakukan untuk memberikan yang terbaik kepada penulis, selalu mengusahakan segala kebutuhan penulis, mendidik dan membimbing penulis. Terimakasih sudah mengantarkan saya sampai ditempat ini, saya persembahkan karya tulis sederhana ini dan gelar sarjana untuk ayah dan ibu.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur selalu peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom), *Content Marketing* dan *Store Atmosphere* Di Restoran *Magia Space And Whatever* Kota Madiun Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Konsumen Di Restoran *Magia Space And Whatever*)” dengan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan S-1 pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun.

Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar dan tepat waktu karena tidak lepas dari bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Supri Wahyudi Utomo, M.Pd. selaku Rektor Universitas PGRI Madiun.
2. Bapak Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., A.k., C.A., CPA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
3. Ibu Dr. Apriyanti., S.E., M.M., CPSMM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
4. Ibu Dr. Diah Santi Hariyani, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah bersedia memberikan bimbingan, arahan dan ilmu pengetahuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu.
5. Bapak Dr. Hari Purwanto, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah bersedia memberikan bimbingan, arahan dan ilmu pengetahuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu.

6. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian, dukungan dan do'a yang tak pernah putus untuk memberikan kelancaran dan kemudahan dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Kepada saudara kandungku tercinta, Zeta Aditi Renggala. Terimakasih karena selalu memberikan support dan semangat kepada penulis dan juga selalu memberikan bantuan baik material maupun non-material. Dan selalu ada di saat suka maupun duka.
8. Aurel Fendi Irmawan. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini. Telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah dan memberikan semangat untuk pantang menyerah.
9. Sahabat penulis di bangku perkuliahan yang selalu kebersamai dalam empat tahun ini, yaitu Siliya, Anissa, Septiana dan Enzy. Terimakasih sudah menjadi partner terbaik dalam proses penulisan tugas akhir ini mulai dari penyusunan proposal, pengurusan berkas, proses olah data, hingga persiapan sidang.
10. Kepada sahabat-sahabat penulis yaitu, Gunawan, Bella, Dilla, Dwi dan Nilam. Terimakasih sudah menjadi partner bertumbuh di segala kondisi yang terkadang tidak terduga.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN PANITIA UJIAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	13
C. Rumusan Masalah	14
D. Tujuan Penelitian.....	15
E. Kegunaan Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN	16
A. Kajian Pustaka.....	16
B. Penelitian Terdahulu.....	39
C. Kerangka Berpikir.....	51
D. Hipotesis Penelitian.....	51
BAB III METODE PENELITIAN	56
A. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	56
B. Desain Penelitian.....	57
C. Populasi Dan Sampel Penelitian	58
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	60
E. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel	61
F. Metode Pengumpulan Data	65

G. Teknik Analisis Data	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	73
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	73
B. Deskripsi Data.....	74
C. Pembahasan.....	103
BAB V PENUTUP.....	109
A. Kesimpulan	109
B. Implikasi.....	110
C. Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA.....	113
LAMPIRAN.....	118

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian.....	56
Tabel 3. 2 Definisi Operasional	63
Tabel 3. 3 Skala Likert.....	65
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	76
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Perkerjaan.....	77
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	78
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel E-WOM.....	80
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Content Marketing	81
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Store Atmosphere	83
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan	85
Tabel 4. 9 Uji Validitas dan Reliabilitas Pertama	89
Tabel 4. 10 Cronbach's Alpha.....	89
Tabel 4. 11 Uji Validitas dan Reliabilitas Kedua	91
Tabel 4. 12 Cronbach's Alpha.....	91
Tabel 4. 13 Outer Loading Electronic Word of Mouth.....	93
Tabel 4. 14 Outer Loading Content Marketing.....	93
Tabel 4. 15 Outer Loading Store Atmosphere	94
Tabel 4. 16 Outer Loading Kepuasan Pelanggan	94
Tabel 4. 17 Uji Average Variant Extracted	95
Tabel 4. 18 Uji Diskriminant Validity (cross loading).....	96
Tabel 4. 19 Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha	98
Tabel 4. 20 Uji R-Square (R^2)	100
Tabel 4. 21 Nilai Uji F-Square (F^2)	100
Tabel 4. 22 Uji Hipotesis (Path Coefficient)	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	32
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual Penelitian.....	51
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	58
Gambar 4. 1 Uji Outer Model.....	87
Gambar 4. 2 Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas Pertama.....	88
Gambar 4. 3 Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas Kedua.....	90
Gambar 4. 4 Uji Inner Model	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kueisoner Penelitian.....	118
Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Responden.....	125
Lampiran 3 Output Smart PLS.....	134
Lampiran 4 Hasil Uji Outer Model	134
Lampiran 5 Hasil Uji Inner Model.....	135
Lampiran 6 Indikator Data	135
Lampiran 7 Hasil Uji Convergent Validity.....	136
Lampiran 8 Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	136
Lampiran 9 Hasil Uji Discriminant Validity – Cross Loading.....	137
Lampiran 10 Hasil Uji Discriminant Validity (HTMT)	137
Lampiran 11 Hasil Uji Discriminant Validity – Fornell-Larcker Criterion.....	138
Lampiran 12 Hasil Uji Reliabilitas.....	138
Lampiran 13 Hasil Uji Collinearity Statistics (VIF) – Outer Model.....	138
Lampiran 14 Hasil Uji Collinearity Statistics (VIF) – Inner Model	139
Lampiran 15 Hasil Uji R-Square.....	139
Lampiran 16 Hasil Uji F-Square	139
Lampiran 17 Hasil Uji Hipotesis.....	140
Lampiran 18 Uji Validitas dan Reliabilitas Pertama	140
Lampiran 19 Uji Validitas dan Reliabilitas Kedua (Setelah Y.6 dikeluarkan dari data).....	141
Lampiran 20 Uji Instrumen Validitas	141
Lampiran 21 Uji Instrumen Reliabilitas.....	142