

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DI KOLAM PANCING DAN  
LESEHAN IKAN BAKAR 2 SAUDARA JAYA**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh :**

**APRILIA ISNAINI CHAIRUNISYA**

**17012010021/FE/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR**

**2021**

**SKRIPSI**

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DI KOLAM PANCING DAN LESEHAN IKAN  
BAKAR 2 SAUDARA JAYA**

**Disusun Oleh:**

**APRILIA ISNAINI CHAIRUNISYA**

**17012010021/FE/EM**

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal : 14 September 2021**

**Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Pembimbing Utama**

  
**Sulastri Irbayuni, SE, M.M.**

**NIP:196206161989032001**

  
**Ugy Soebiantoro, SE, M.M.**

**NIP:367089600581**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

  
**Prof. Dr. Syamsul Huda, SE, M.T.**

**NIP:195908281990031001**

**23 NOV 2021**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat rahmat-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KOLAM PANCING DAN LESEHAN IKAN BAKAR 2 SAUDARA JAYA”** ini dapat diselesaikan.

Skripsi ini disusun guna melengkapi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun material, oleh karena-Nya, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih antara lain kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Prof. Dr. Syamsul Huda, MT selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Sulastri Irbayuni, SE, MM selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak Drs. Ec.Pandji Soegiono,M.M. dan Bapak Ugy Soebianto,SE.,M.M.selaku dosen pembimbing yang membantu dalam memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan Skripsi.
5. Seluruh jajaran Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Kedua orang tua serta keluarga yang memberi dukungan dalam kelancaran proses pengerjaan skripsi.
7. Yovan yang telah memberikan bantuan dan semangat dalam pengerjaan skripsi.
8. Saudara saya mbak nanda,mas renndy,mimi,amel,rafi yang memberikan semangat dan mendengarkan keluh kesah saya.
9. Nina,dan Riris selaku teman yang memberikan semangat dan sudah sama-sama berjuang dari awal kuliah hingga saat ini.

Pada akhir kata , semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi semua pihak.

Surabaya, 13 April 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

|                                                                 |             |
|-----------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                                      | <b>i</b>    |
| <b>USULAN PENELITIAN .....</b>                                  | <b>ii</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                      | <b>iv</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                          | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                       | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                                        | <b>viii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                   | <b>12</b>   |
| 1.1 Latar Belakang .....                                        | 12          |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                       | 19          |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                     | 20          |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                                    | 20          |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>                              | <b>21</b>   |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                  | 21          |
| 2.2 Landasan Teori.....                                         | 24          |
| 2.2.1 Pengertian Pemasaran .....                                | 24          |
| 2.2.2 Pengertian <i>Store Atmosphere</i> .....                  | 24          |
| 2.2.3 Indikator <i>Store Atmosphere</i> .....                   | 25          |
| 2.2.4 Pengertian Lokasi.....                                    | 27          |
| 2.2.5 Faktor yang dipertimbangkan dalam menentukan lokasi ..... | 28          |
| 2.2.6 Indikator Lokasi .....                                    | 28          |

|                                                                        |           |
|------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.2.7 Pengertian Kepuasan Konsumen .....                               | 29        |
| 2.2.8 Indikator Kepuasan Konsumen.....                                 | 30        |
| 2.3 Hubungan Variabel .....                                            | 31        |
| 2.3.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan Konsumen..... | 31        |
| 2.3.2 Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen .....                 | 32        |
| 2.4 Kerangka Konseptual .....                                          | 34        |
| 2.5 Hipotesis Penelitian.....                                          | 34        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                                 | <b>35</b> |
| 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....                  | 35        |
| 3.1.1 Variabel Independen .....                                        | 35        |
| 3.1.2 Variabel Dependen.....                                           | 37        |
| 3.2 Pengukuran Variabel.....                                           | 37        |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Sampel .....                                    | 38        |
| 3.3.1 Populasi.....                                                    | 38        |
| 3.3.2 Sampel.....                                                      | 39        |
| 3.4 Teknik Penentuan Data .....                                        | 39        |
| 3.4.1 Jenis Data .....                                                 | 39        |
| 3.4.2 Sumber Data.....                                                 | 40        |
| 3.5 Metode Analisis Data dan Pengukuran Variabel .....                 | 40        |
| 3.5.1 Metode Analisis Data.....                                        | 40        |
| 3.5.2 Kegunaan Metode PLS .....                                        | 41        |
| 3.5.3 Cara Kerja PLS .....                                             | 41        |

|                                                               |           |
|---------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.5.4 Langkah-Langkah PLS .....                               | 42        |
| 3.5.5 Asumsi PLS .....                                        | 46        |
| 3.5.6 Ukuran Sampel.....                                      | 46        |
| 3.5.7 Uji Validitas dan Reabilitas .....                      | 47        |
| 3.5.7.1 Uji Validitas .....                                   | 47        |
| 3.5.7.2 Uji Reabilitas.....                                   | 48        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>           | <b>49</b> |
| 4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....                           | 49        |
| 4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....                    | 49        |
| 4.2 Deskripsi Penelitian .....                                | 50        |
| 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... | 50        |
| 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....           | 50        |
| 4.2.3 Deskripsi Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X1) .....   | 51        |
| 4.2.4 Deskripsi Variabel Lokasi (X2) .....                    | 52        |
| 4.2.5 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....           | 53        |
| 4.3 Analisis Data .....                                       | 54        |
| 4.3.1 Evaluasi Outlier .....                                  | 54        |
| 4.3.2 Interpretasi Hasil PLS .....                            | 55        |
| 4.3.2.1 Pengujian Model Pengukuran .....                      | 55        |
| 4.3.2.2 Analisis Model PLS .....                              | 60        |
| 4.3.2.3 Evaluasi Pengujian Struktural Model.....              | 61        |
| 4.3.2.4 Hasil Dari Inner Weights .....                        | 62        |

|                                                                        |           |
|------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.4 Pembahasan.....                                                    | 63        |
| 4.4.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan Konsumen..... | 63        |
| 4.4.2 Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen .....                 | 63        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>                                 | <b>65</b> |
| 5.1 Pembahasan.....                                                    | 65        |
| 5.2 Saran.....                                                         | 65        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                             | <b>82</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                                  | <b>66</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 3.1 Data Jumlah Penjualan.....                                         | 12 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....            | 50 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                      | 50 |
| Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Store Atmosphere .....  | 51 |
| Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Lokasi .....            | 52 |
| Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Konsumen ..... | 53 |
| Tabel 4.6 Residuals Statistic .....                                          | 54 |
| Tabel 4.7 Outer Loading (Mean,STDEV,T-Values).....                           | 56 |
| Tabel 4.8 Average Variance Extracted(AVE) .....                              | 57 |
| Tabel 4.9 Composite Reliability .....                                        | 58 |
| Tabel 4.10 Laten Variable Correlation.....                                   | 59 |
| Tabel 4.11 R Square .....                                                    | 61 |
| Tabel 4.12 Path Coefficient(Mean,STDEV,T-Values) .....                       | 62 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                    |    |
|------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Diagram Hasil Pra-Survei Mengenai <i>Store Atmosphere</i> .....         | 14 |
| Gambar 1.2 Diagram Hasil Pra-Survei Mengenai Lokasi.....                           | 14 |
| Gambar 2.1 Elemen <i>Store Atmosphere</i> .....                                    | 24 |
| Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....                                               | 32 |
| Gambar 3.1 Diagram Jalur PLS .....                                                 | 41 |
| Gambar 4.1 Outer Model dengan <i>factor loading, Path Coefficient</i> dan R-Square | 60 |

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DI KOLAM PANCING DAN  
LESEHAN IKAN BAKAR 2 SAUDARA JAYA

**Aprilia Isnaini Chairunisya**

**17012010021**

**ABSTRAK**

Store atmosphere dan lokasi sebagai salah satu sarana komunikasi dapat berakibat positif dan menguntungkan dibuat sedemikian menarik. Tetapi sebaliknya mungkin dapat menghambat. Suatu proses pemasaran yang dilakukan retail karena konsumen akan merasa nyaman memancing jika store atmosphere dan lokasinya mendukung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Kolam Pancing dan Lesehan Ikan Bakar 2 Saudara Jaya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di kolam pancing dan lesehan. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *accidental sampling* dengan jumlah sampel 55 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan analisis data *Partial Least Square* PLS melalui penyebaran kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Store Atmosphere dan Lokasi memberikan kontribusi terhadap Kepuasan Konsumen di Kolam Pancing dan Lesehan Ikan Bakar 2 Saudara Jaya.

Kata Kunci: Store Atmosphere, Lokasi, Kepuasan Konsumen