

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE (SUASANA TOKO) TERHADAP
KEPUASAN PELANGGANDI AIOLA EATERY SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH :

AMALIA KUSUMA PRAMESWARI .A.AS

NPM. 1542010027

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"JAWA**

TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

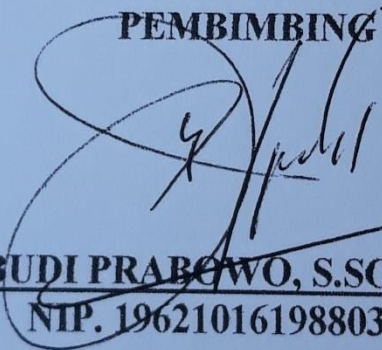
PENGARUH STORE ATMOSPHERE (SUASANA TOKO) TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI AIOLA EATERY SURABAYA

Disusun Oleh :

AMALIA KUSUMA PRAMESWARI ANGGRAINI. AS
1542010027

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

PEMBIMBING


BUDI PRABOWO, S.SOS, MM
NIP. 196210161988031001

Mengetahui,

DEKAN


DR. DRs. EC. GENDUT SUKARNO, M.S
NIP. 195907011987031001

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE (SUASANA TOKO) TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI AIOLA EATERY SURABAYA**

Disusun Oleh :

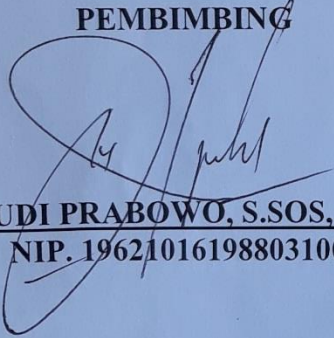
AMALIA KUSUMA PRAMESWARI ANGGRAINI. AS
1542010027

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Pada Tanggal 15 Maret 2019

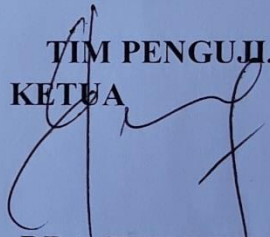
Menyetujui,

PEMBIMBING

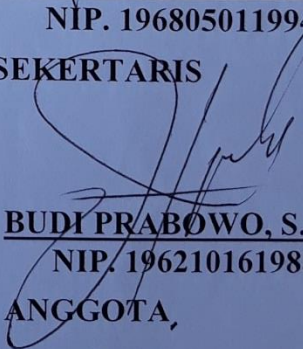

BUDI PRABOWO, S.SOS, MM
NIP. 196210161988031001

TIM PENGUJI.

1. **KETUA**


DRA. ETY DWI SUSANTI, M.Si
NIP. 196805011994032001


2. **SEKERTARIS**


BUDI PRABOWO, S.SOS, MM
NIP. 196210161988031001

3. **ANGGOTA,**


DRA. LIA NARAWATI, M.Si
NIP. 196009241993032001

**Mengetahui,
DEKAN**


DR.DRS.EC. GENDUT SUKARNO, MS
NIP. 195907011987031001

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa , atas berkat dan rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) terhadap Kepuasan Pelanggan di Aiola Eatery Surabaya”**.

Pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis kurang lebih selama tiga bulan di Aiola Eatery, Surabaya. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan-kekurangan. Adapun selesainya kegiatan hingga penyusunan skripsi ini tidak lepas dari adanya arahan dan dukungan dari Bapak Budi Prabowo, S.Sos, MM selaku dosen pembimbing penelitian, penulis mengucapkan banyak terima kasih. Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada pihak yang membantu dalam menyelesaikan penelitian ini, diantaranya:

1. Bapak DR. DRS. EC, Gendut Sukarno, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran” Jawa Timur
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran” Jawa Timur
3. Seluruh Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran” Jawa Timur
4. Bapak Ario selaku supervisor Aiola Eatery, Surabaya

5. Seluruh Karyawan Aiola Eatery, Surabaya
6. Para Konsumen Aiola Eatery, Surabaya yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuisioner
7. Orang tua, keluarga dan teman-teman yang telah mendukung secara moril maupun material.

Penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan skripsi ini.

Surabaya, Maret 2019

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. Pemasaran.....	12
2.2.2. Manajemen Pemasaraan.....	14
2.2.3. Strategi Pemasaran.....	16
2.2.4. Store Athmosphere.....	20
2.2.4.1. Eksterior.....	24
2.2.4.2. General Interior.....	25

2.2.4.3. Store Layout.....	28
2.2.4.4. Display.....	30
2.2.5. Kepuasan Pelanggan.....	33
2.2.6 Hubungan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	40
2.3. Kerangka Berfikir.....	41
2.4. Hipotesis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
3.1. Jenis Penelitian.....	45
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	45
3.2.1. Definisi Operasional.....	45
3.2.2. Pengukuran Variabel.....	49
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	50
3.3.1. Populasi.....	50
3.3.2. Sampel.....	50
3.3.3. Teknik Penarikan Sampel.....	51
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.4.1. Jenis Data.....	53
3.4.2. Sumber Data.....	54
3.4.3. Metode Pengumpulan Data.....	54
3.5. Teknik Analisa Data dan Pengujian Hipotesis.....	55
3.5.1. Teknik Analisa Data.....	55
3.5.1.1. Uji Validitas.....	55

3.5.1.2. Uji Realibilitas.....	57
3.5.2. Uji Asumsi Klasik.....	58
3.5.2.1. Uji Normalitas.....	58
3.5.2.2. Uji Multikoleniaritas.....	59
3.5.2.3. Uji Heteroskedastisitas.....	60
3.5.2.4. Uji Autokorelasi.....	60
3.5.3. Uji Regresi Linier Berganda.....	61
3.5.3.1. Analisis Koefisiensi Korelasi Parsial	62
3.5.3.2. Nilai Koefisien Determinasi Berganda.....	63
3.5.4. Pengujian Hipotesis.....	63
3.4.2.1. Uji F.....	63
3.4.2.2. Uji t.....	65
3.5. Waktu dan Tempat Penelitian.....	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	67
4.1.1. Profil Objek Penelitian.....	67
4.1.2. Stuktur Organisasi.....	67
4.2. Deskripsi Data Responden.....	71
4.2.1. Deskripsi Jumlah Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
4.2.2. Deskripsi Jumlah Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
4.2.3. Deskripsi Jumlah Data Responden Berdasarkan Usia	73

4.2.4. Deskripsi Jumlah Data Responden Berdasarkan	
Penghasilan.....	74
4.2.5. Deskripsi Jumlah Data Responden Berdasarkan	
Jumlah Kunjungan.....	75
4.3. Deskripsi Hasil Tanggapan Responden.....	75
4.3.1. Deskripsi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel	
<i>Exterior (X₁)</i>	76
4.3.2. Deskripsi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel	
<i>General Interior (X₂)</i>	79
4.3.3. Deskripsi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel	
<i>Store Layout (X₃)</i>	85
4.3.4. . Deskripsi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel	
<i>Display (X₄)</i>	88
4.3.5. Deskripsi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel	
Kepuasan Pelanggan (<i>Y</i>).....	90
4.4. Hasil Analisis.....	94
4.4.1. Uji Validitas.....	94
4.4.2. Uji Realibilitas.....	97
4.4.3. Uji Asumsi Klasik.....	98
4.4.3.1. Uji Normalitas.....	98
4.4.3.2. Uji Multikolinearitas.....	101
4.4.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	102
4.4.3.4. Uji Autokorelasi.....	103

4.4.4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	104
4.4.4.1. Analisis Koefisiensi Korelasi dan Koefisiensi Determinasi.....	106
4.4.5. Pengujian Hipotesis.....	107
4.4.5.1. Uji F (Uji Simultan).....	107
4.4.5.2. Uji t (Uji Parsial).....	109
4.5. Pembahasan.....	118
4.5.1. Pengaruh Secara Simultan.....	118
4.5.2. Pengaruh Secara Parsial.....	119
4.5.2.1. Pengaruh Variabel Eksterior (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	119
4.5.2.2. Pengaruh Variabel General Interior (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	120
4.5.2.3. Pengaruh Variabel Store Layout (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	121
4.5.2.4. Pengaruh Variabel Display (X_4) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	122
4.6. Review Penelitian Terdahulu Sebagai Dasar Penelitian.....	123
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	128
5.1. Kesimpulan.....	128
5.2. Saran.....	130
DAFTAR PUSTAKA.....	131

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Penawaran Produk dan Skala Prioritas Pelangga.....	34
Gambar 2.2. Kerangka Berfikir.....	42
Gambar 3.2. Kurva Uji F.....	63
Gambar 3.3. Kurva Uji T.....	65
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Aiola Eatery, Surabaya.....	68
Gambar 4.2. Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot	99
Gambar 4.3. Uji Normalitas dengan Grafik Histogram.....	99
Gambar 4.4. Uji Heteroskedastisitas.....	103
Gambar 4.5. Uji F (Uji Simultan).....	109
Gambar 4.6. Hasil uji t variabel <i>Exterior</i>	111
Gambar 4.7. Hasil uji t variabel <i>General Interior</i>	113
Gambar 4.8. Hasil uji t variabel <i>Store Layout</i>	115
Gambar 4.9 Hasil Uji t variabel <i>Display</i>	116

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Jumlah Pengunjung Aiola Eatery, Surabaya Tahun 2018.....	6
Tabel 2.1. Komponen <i>Store Atmosphere</i>	24
Tabel 3.1. Kriteria Penilaian Jawaban Kuesioner.....	49
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden.....	71
Tabel 4.2. Pekerjaan Responden.....	72
Tabel 4.3. Usia Responden.....	73
Tabel 4.4. Penghasilan Responden.....	74
Tabel 4.5. Jumlah Kunjungan Responden.....	75
Tabel 4.6. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Exterior (X₁)</i>	76
Tabel 4.7. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>General Interior (X₂)</i> ..	80
Tabel 4.8. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Store Layout (X₃)</i>	85
Tabel 4.9. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Display (X₄)</i>	88
Tabel 4.10. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan.	90
Tabel 4.11. Uji Validitas.....	95
Tabel 4.12. Uji Realibilitas.....	97
Tabel 4.13 Kolmogorof-Smirnov Test.....	100
Tabel 4.14. Hasil Uji Multikolinearitas.....	101
Tabel 4.15. Uji Auto Korelasi.....	104
Tabel 4.16. Tabel Analisis Regresi Berganda.....	105
Tabel 4.17. Tabel Koefisiensi Korelasi dan Koefisiensi Determinasi.....	106
Tabel 4.18. Perhitungan Uji F (Uji Simultan).....	108

Tabel 4.19. Hasil Perhitungan Uji t (Uji Parsial).....	110
Tabel 4.20. Nilai Koefisien Korelasi Parsial.....	117
Tabel 4.21. Review Penelitian Terdahulu sebagai Dasar Penelitian.....	124

ABSTRAKSI

**AMALIA KUSUMA PRAMESWARI ANGGRAINI. AS, 15420010027,
PENGARUH STORE ATHMOSPHERE TERHADAPKEPUASAN
PELANGGAN DI AIOLA EATERY, SURABAYA**

PEMBIMBING : BUDI PRABOWO, S.SOS, MM

Perkembangan di industri usaha yang kian meningkat, membuat peningkatan dalam persaingan bisnis pula. Aiola Eatery berdiri sebagai pengembangan usaha yang merangkul para PKL untuk mengoptimalkan potensi usaha dengan mengandalkan peningkatan terhadap suasana toko (*Store Athmosphere*). Berdasarkan latar belakang tersebut adapun tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh variabel bebas yakni *Store Athmosphere (meliputi Exterior, General Interior, Store Layout, dan Display)* terhadap variabel terikat yakni Kepuasan Pelanggan baik secara simultan maupun parsial.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer. Teknik penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* dengan jumlah responden sebanyak 97 responden. Variabel bebas yang ditentukan dalam penelitian ini yakni komponen dari *Store Athmosphere* yakni *exterior, general interior, store layout* dan *display*. Sedangkan variabel terikat yang ditetapkan yakni Kepuasan Pelanggan. Untuk membuktikan hipotesis yang diajukan, digunakan Teknik Analisis Regresi Linier Berganda dengan melakukan Uji F serta Uji t.

Berdasarkan analisis data yang dilakukan didapatkan kesimpulan yakni variabel *Store Athmosphere (exterior, general interior, store layout dan display)* memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Aiola Eatery, Surabaya. Sedangkan secara parsial variabel *exterior* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sedangkan variabel lainnya yakni *general interior, store layout dan display* memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : *Store Athmosphere* , Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

**AMALIA KUSUMA PRAMESWARI ANGGRAINI. AS, 15420010027,
EFFECT OF STORE ATHMOSPHERE ON CUSTOMER SATISFACTION
IN AIOLA EATERY, SURABAYA**

SUPERVISOR : BUDI PRABOWO, S.SOS, MM

The development in the business industry is increasing, making an increase in business competition as well. Aiola Eatery stands as a business development that embraces street vendors to optimize business potential by relying on an increase in the store atmosphere (Store Atmosphere). Based on this background, the purpose of this study is to find out and analyze the influence of the independent variable, namely Store Atmosphere (including Exterior, General Interior, Store Layout, and Display) on the dependent variable, Customer Satisfaction both simultaneously and partially.

This type of research is quantitative research using primary data. The sampling technique in this study used the Purposive Sampling technique with the number of respondents as many as 97 respondents. The independent variables determined in this study are the components of the Store Atmosphere, namely exterior, general interior, store layout and display. While the dependent variable is defined as Customer Satisfaction. To prove the hypothesis proposed, the Multiple Linear Regression Analysis Technique is used by performing the F Test and the t Test.

Based on the data analysis performed, the conclusion is that the Store Atmosphere variable (exterior, general interior, store layout and display) has a simultaneous influence on customer satisfaction at Aiola Eatery, Surabaya. While the exterior variable partially does not have an influence on customer satisfaction while the other variables namely general interior, store layout and display have an influence on the variable customer satisfaction.

Keywords: Store Atmosphere, Customer Satisfaction