

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *PRICE DISCOUNT*, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI SOCIOLLA
STORE PAKUWON MALL SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

CYNTIA AYU SUKMANINGATI

NPM. 21042010259

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR**

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2025

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *PRICE DISCOUNT*, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI SOCIOLLA
STORE PAKUWON MALL SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

Cyntia Ayu Sukmaningati

NPM. 21042010259

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *PRICE DISCOUNT*, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI SOCIOLLA**

STORE PAKUWON MALL SURABAYA

DISUSUN OLEH:

CYNTIA AYU SUKMANINGATI

NPM. 21042010259

Telah Disetujui untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING


Dra. Lia Nirawati, M.Si

NIP. 196009241993032001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *PRICE DISCOUNT*, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI SOCIOLLA
STORE PAKUWON MALL SURABAYA**

Oleh:

CYNTIA AYU SUKMANINGATI
NPM. 21042010259

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 12 September 2025

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Tim Penguji

1. Ketua


Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001


R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos., M.Si
NIP. 197206132021211003

2. Sekretaris


Dr. Dyah Widowati, SH, MM
NIP. 196408141993032001

3. Anggota


Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cyntia Ayu Sukmaningati
NPM : 21042010259
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya Dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir (Skripsi) Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada (Skripsi) Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 12 September 2025
Yang membuat pernyataan



Cyntia Ayu Sukmaningati
NPM. 21042010259

*pilih salah satu (lingkari)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Store Atmosphere*, *Price Discount*, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Sociolla Store Pakuwon Mall Surabaya”** dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi di Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

Terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi besar, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si., selaku dosen pembimbing, atas bimbingan, arahan, dan motivasi yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga peneliti sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A., selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Seluruh dosen dan tenaga pendidik di Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, dan wawasan yang sangat bermanfaat selama masa studi.

4. Kedua orang tua tercinta yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat, serta menjadi sumber kekuatan dan inspirasi dalam setiap langkah peneliti.
5. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Administrasi Bisnis, khususnya angkatan 2021, yang telah menjadi teman diskusi, berbagi semangat, dan saling mendukung dalam menghadapi berbagai tantangan selama perkuliahan.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi bahan referensi dalam penelitian selanjutnya.

Surabaya, 12 September 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Landasan Teori.....	19
2.2.1 Pemasaran.....	19
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	19
2.2.1.2 Strategi Pemasaran.....	20
2.2.1.3 Tujuan Pemasaran	21
2.2.1.4 Bauran Pemasaran.....	23
2.2.2 <i>Store Atmosphere</i>	25
2.2.2.1 Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	25
2.2.2.2 Tujuan <i>Store Atmosphere</i>	27
2.2.2.3 Faktor-Faktor <i>Store Atmosphere</i>	28
2.2.2.4 Indikator <i>Store Atmosphere</i>	29
2.2.3 <i>Price Discount</i>	34
2.2.3.1 Pengertian <i>Price Discount</i>	34
2.2.3.2 Jenis-Jenis <i>Price Discount</i>	35
2.2.3.3 Indikator <i>Price Discount</i>	37
2.2.4 Kualitas Pelayanan	38
2.2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	38
2.2.4.2 Tujuan Kualitas Pelayanan.....	39
2.2.4.3 Indikator Kualitas Pelayanan	40
2.2.5 Kepuasan Konsumen.....	41
2.2.5.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	41
2.2.5.2 Konsep Kepuasan Konsumen	42
2.2.5.3 Faktor – Faktor Kepuasan Konsumen	43
2.2.5.4 Manfaat Kepuasan Konsumen	44
2.2.5.5 Indikator Kepuasan Konsumen.....	45
2.3 Kerangka Berpikir.....	46
2.4 Hipotesis	48
BAB III METODE PENELITIAN.....	49
3.1 Jenis Penelitian.....	49

3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	49
3.2.1 Definisi Operasional Variabel	49
3.2.2 Pengukuran Variabel	52
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	53
3.3.1 Populasi	53
3.3.2 Sampel	53
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	54
3.4 Teknik Pengumpulan Data	55
3.4.1 Jenis Data	55
3.4.2 Sumber Data	55
3.4.3 Pengumpulan Data	55
3.5 Analisis Data	56
3.5.1 Uji Validitas	56
3.5.2 Uji Reliabilitas	57
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	58
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda	60
3.5.5 Uji Hipotesis	61
3.5.6 Koefisien Determinasi	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Hasil	66
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian dan Penyajian Data	66
4.1.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	66
4.1.1.1.1 Profil Perusahaan	66
4.1.1.1.2 Logo Perusahaan	67
4.1.1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	68
4.1.1.2 Penyajian Data	69
4.1.1.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	69
4.1.1.2.2 Deskripsi Variabel – Variabel Penelitian	72
4.1.2 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	78
4.1.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	78
4.1.2.1.1 Uji Validitas	78
4.1.2.1.2 Uji Reliabilitas	79
4.1.2.2 Uji Asumsi Klasik	80
4.1.2.2.1 Uji Normalitas	80
4.1.2.2.2 Uji Multikolinearitas	81
4.1.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas	82
4.1.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda	83
4.1.2.4 Uji Hipotesis	84
4.1.2.4.1 Uji Simultan (Uji-F)	84
4.1.2.4.2 Uji Parsial (Uji-t)	85
4.1.2.5 Koefisien Determinasi	86
4.2 Pembahasan	87
4.2.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> , <i>Price Discount</i> , Dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen Di <i>Sociolla Store Pakuwon Mall Surabaya</i>	87

4.2.2 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen Di Sociolla <i>Store</i> Pakuwon Mall Surabaya.....	88
4.2.3 Pengaruh <i>Price Discount</i> Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen Di Sociolla <i>Store</i> Pakuwon Mall Surabaya	89
4.2.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen Di Sociolla <i>Store</i> Pakuwon Mall Surabaya.....	91
BAB V PENUTUP.....	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Indeks Penjualan Ritel Pada April 2023.....	1
Gambar 1.2 Grafik Alasan Konsumen Indonesia Belanja Produk Kecantikan secara <i>Offline</i>	4
Gambar 1.3 Google Trends Pesaing Sociolla <i>Store</i>	7
Gambar 1.4 Gambar Google <i>Reviews</i> Sociolla Pakuwon Mall di Surabaya.....	8
Gambar 1.5 Gambar Voucher Potongan Harga Sociolla.....	9
Gambar 1.6 Google Reviews Kualitas Pelayanan Sociolla Pakuwon Mall di Surabaya	10
Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Konsumen.....	42
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	48
Gambar 3.1 Kurva Uji-F (Simultan)	63
Gambar 3.2 Kurva Uji-t (Parsial).....	64
Gambar 4.1 Logo Sociolla	67
Gambar 4.2 Grafik P-Plot Uji Normalitas.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Lokasi Sociolla Store Di Surabaya pada November 2024.....	6
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin	69
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden.....	70
Tabel 4.3 Karakteristik Pekerjaan Responden	70
Tabel 4. 4 Karakteristik Domisili Responden	71
Tabel 4.5 Karakteristik Penghasilan.....	71
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Store Atmosphere	72
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Price Discount	74
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	76
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen.....	77
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	78
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	79
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	81
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	82
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	83
Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan (Uji-F).....	84
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (Uji-t)	85
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	100
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	108
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden	117
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas.....	121
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	124
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas	125
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas	126
Lampiran 8 Hasil Uji heteroskedastisitas.....	127
Lampiran 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	128
Lampiran 10 Hasil Uji Simultan (Uji-F).....	129
Lampiran 11 Hasil Uji Parsial (Uji-t).....	130
Lampiran 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	131
Lampiran 13 LoA.....	132

ABSTRAK

CYNTIA AYU SUKMANINGATI, 21042010259. PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *PRICE DISCOUNT*, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI SOCIOLLA *STORE* PAKUWON MALL SURABAYA

Industri ritel di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, khususnya di sektor kecantikan yang berkembang signifikan, sehingga memerlukan strategi yang berfokus pada pengalaman konsumen untuk mempertahankan keunggulan bersaing. Sociolla Store Pakuwon Mall Surabaya sebagai salah satu pelaku utama menghadapi tantangan operasional seperti ketidakkonsistenan harga dan kualitas pelayanan yang bervariasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere*, *Price Discount*, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal dan melibatkan 155 responden yang dipilih dengan purposive sampling. Validitas sampel diuji dengan rumus Cochran untuk memastikan representativitas data. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS 27 melalui uji asumsi klasik dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, terlihat dari F hitung $56.380 > F$ tabel 2.668 dan signifikansi < 0.05 . Secara parsial, *Store Atmosphere* dengan t hitung $4.152 > t$ tabel 1.976 dan signifikansi < 0.05 serta kualitas pelayanan dengan t hitung $4.815 > t$ tabel 1.976 dan signifikansi < 0.05 berpengaruh signifikan. *Price Discount* dengan t hitung $0.545 < t$ tabel 1.976 dan signifikansi > 0.05 tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa konsumen lebih mengutamakan faktor pengalaman dibandingkan insentif finansial, sehingga pelaku ritel perlu meningkatkan suasana toko dan kualitas pelayanan guna membangun loyalitas pelanggan yang berkelanjutan dalam persaingan industri ritel kecantikan.

Kata kunci: *Store Atmosphere*, *Price Discount*, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Ritel Kecantikan, Sociolla, Strategi Ritel.

ABSTRACT

CYNTIA AYU SUKMANINGATI, 21042010259. THE INFLUENCE OF *STORE ATMOSPHERE, PRICE DISCOUNT, AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION AT SOCIOLLA STORE PAKUWON MALL SURABAYA*

Indonesia's retail industry experiences rapid growth especially within the significantly expanding beauty sector requiring strategies focused on consumer experience to maintain competitive advantage. Sociolla Store Pakuwon Mall Surabaya as a key market player faces operational challenges including inconsistent pricing and varying service quality. The study aims to examine the effects of Store Atmosphere, Price Discount, and service quality on consumer satisfaction. A quantitative approach with a causal associative design was employed involving 155 respondents selected through purposive sampling. Sample validity was verified using Cochran's formula to ensure data representativeness. Data analysis was conducted using SPSS 27 involving classical assumption tests and multiple linear regression. Results indicate that the three variables simultaneously exert a significant influence on consumer satisfaction, demonstrated by the calculated F value $56.380 > \text{critical F value } 2.668$ with significance < 0.05 . Individually, Store Atmosphere with a calculated t value $4.152 > \text{critical t value } 1.976$ and service quality with a calculated t value $4.815 > \text{critical t value } 1.976$ both show significant effects with significance < 0.05 . Price Discount does not significantly influence satisfaction as its calculated t value $0.545 < \text{critical t value } 1.976$ with significance > 0.05 . Findings confirm consumers prioritize experiential factors over financial incentives, requiring retailers to enhance Store Atmosphere and service quality to foster sustainable customer loyalty in the competitive beauty retail market.

Keywords: Store Atmosphere, Price Discount, Service Quality, Consumer Satisfaction, Beauty Retail, Sociolla, Retail Strategy.