

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *SERVICE QUALITY*, DAN *STORE
ATMOSPHERE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* ALFAMART DI
KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

Silvia Anggreani

NPM. 22042010106

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

SURABAYA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *SERVICE QUALITY*, DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* ALFAMART DI
KOTA SURABAYA**

Disusun Oleh :

Silvia Anggreani

NPM. 22042010106

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA



Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si

NIP. 198604172020122007

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PRICE DISCOUNT, SERVICE QUALITY, DAN STORE ATMOSPHERE
TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION ALFAMART DI KOTA SURABAYA

Disusun Oleh :

Silvia Anggreani

NPM. 22042010106

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan Administrasi
Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional

"Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal 22 Mei 2026

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA



Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007

TIM PENGUJI

1. Ketua



Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 19685011994032001

2. Sekretaris



Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 19860417202012200


3. Anggota



Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, Dan Politik



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Silvia Anggreani
NPM : 22042010106
Program : Sarjana(S1)/Magister (S2) / Doktor (S3)
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, 21 Mei 2026

Yang Membuat Pernyataan



Silvia Anggreani

22042010106

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Price Discount, Service Quality, Dan Store Atmosphere Terhadap Customer Satisfaction Alfamart Di Kota Surabaya*”**. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk pemenuhan tugas akhir dan persyaratan memperoleh gelar Sarjana Program Studi Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan masukan hingga terselesaikannya skripsi ini. Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., 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 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Seluruh staf Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah membantu dalam kegiatan studi selama ini.
5. Kedua orang tua tersayang dari penulis yang selalu memberikan dukungan terbaik dan doa restunya kepada penulis selama penyusunan skripsi.

Penulis sadar bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan, maka segala saran dan kritik yang membangun sangat kami harapkan dari semua pihak untuk menyempurnakan skripsi ini di masa yang akan datang. Demikian, semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua pihak.

Surabaya, 08 Mei 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori	19
2.2.1 Manajemen Pemasaran	19
2.2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	19
2.2.1.2 Tugas Manajemen Pemasaran	20
2.2.1.3 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	22
2.2.2 <i>Price Discount</i>	24
2.2.2.1 Pengertian <i>Price Discount</i>	24
2.2.2.2 Jenis-Jenis <i>Dicount</i> Ritel.....	25

2.2.2.3 Indikator <i>Price Discount</i>	27
2.2.3 <i>Service Quality</i>	28
2.2.3.1 Pengertian <i>Service Quality</i>	28
2.2.3.2 Unsur-Unsur <i>Service Quality</i>	29
2.2.3.3 Indikator <i>Service Quality</i>	30
2.2.4 <i>Store Atmosphere</i>	33
2.2.4.1 Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	33
2.2.4.2 Komponen <i>Store Atmosphere</i>	34
2.2.4.3 Indikator <i>Store Atmosphere</i>	36
2.2.5 <i>Customer Satisfaction</i>	38
2.2.5.1 Pengertian <i>Customer Satisfaction</i>	38
2.2.5.2 Manfaat <i>Customer Satisfaction</i>	39
2.2.5.3 Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	42
2.2.6 Hubungan Antar Variabel.....	43
2.2.6.1 Hubungan <i>Price Discount</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	43
2.2.6.2 Hubungan <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	44
2.2.6.3 Hubungan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	44
2.3 Kerangka Berpikir	45
2.4 Hipotesis	46
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Jenis Penelitian	48
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	48
3.2.1 Populasi.....	48
3.2.2 Sampel	49
3.2.3 Teknik Penarikan Sampel	50

3.3 Definisi Operasional Variabel.....	51
3.3.1 Variabel Terikat (Y)	51
3.3.2 Variabel Bebas (X).....	52
3.3.3 Pengukuran Variabel	58
3.4 Metode Pengumpulan Data	59
3.4.1 Jenis Data	59
3.4.2 Sumber Data	59
3.5 Uji Kualitas Data	60
3.5.1 Uji Validitas	60
3.5.2 Uji Reliabilitas	62
3.6 Uji Asumsi Klasik	63
3.6.1 Uji Normalitas.....	63
3.6.2 Uji Multikolonieritas.....	63
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas	64
3.7 Teknik Analisis Data.....	65
3.7.1 Teknik Analisis Linier Berganda	65
3.8 Pengujian Hipotesis.....	66
3.8.1 Uji F	66
3.8.2 Uji t.....	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	69
4.1.1 Profil Alfamart	69
4.1.2 Logo Alfamart.....	71
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	72
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	72

4.2.1.1 Karakteristik Rentang Usia Responden	72
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	75
4.2.2.1 Analisis Deskripsi Variabel <i>Price Discount</i> (X1).....	76
4.2.2.2 Analisis Deskripsi Variabel <i>Service Quality</i> (X2).....	78
4.2.2.3 Analisis Deskripsi Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X3)	82
4.2.2.4 Analisis Deskripsi Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (Y)	86
4.3 Hasil Uji Kualitas Data.....	89
4.3.1 Hasil Uji Validitas	89
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	90
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	91
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	91
4.4.2 Hasil Uji Multikolonieritas	92
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	93
4.5 Hasil Analisis Linier Berganda.....	94
4.6 Hasil Uji Hipotesis	96
4.6.1 Hasil Uji F.....	96
4.6.2 Hasil Uji t.....	97
4.7 Pembahasan	100
4.7.1 Pengaruh <i>Price Discount</i> , <i>Service Quality</i> , dan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Pada Alfamart di Kota Surabaya	100
4.7.2 Pengaruh <i>Price Discount</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i> Pada Alfamart di Kota Surabaya.....	101
4.7.3 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Pada Alfamart di Kota Surabaya.....	102
4.7.4 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Pada Alfamart di Kota Surabaya	102

4.8 Matriks Hasil Penelitian	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	108
5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN.....	116

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jenis Promo Alfamart	6
Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Tabel Definisi Operasional Variabel	54
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert	58
Tabel 4. 1 Rentang Usia Responden	73
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	73
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	74
Tabel 4. 4 Wilayah Responden	75
Tabel 4. 5 Frekuensi Jawaban Variabel Price Discount (X1)	76
Tabel 4. 6 Frekuensi Jawaban Variabel Service Quality (X2)	78
Tabel 4. 7 Frekuensi Jawaban Variabel Store Atmosphere (X3)	82
Tabel 4. 8 Frekuensi Jawaban Variabel Customer Satisfaction (Y)	86
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas	89
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	90
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	91
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolonieritas	93
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	94
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Linier Berganda	94
Tabel 4. 15 Hasil Uji F	96
Tabel 4. 16 Hasil Uji t	98
Tabel 4. 17 Matriks Hasil Penelitian	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Ritel Tahun 2025	2
Gambar 1. 2 Retail dengan Jumlah Store Terbanyak di Dunia.....	4
Gambar 1. 3 Ulasan Google Maps Alfamart di Kota Surabaya.....	5
Gambar 1. 4 Price Discount pada Alfamart	7
Gambar 1. 5 Exterior Gerai Alfamart Rungkut Asri Timur Surabaya	9
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Penelitian	46
Gambar 3. 1 Kurva Distribusi F	67
Gambar 3. 2 Kurva Distribusi t	68
Gambar 4. 1 Logo Alfamart.....	72

ABSTRAK

Latar belakang umum, pertumbuhan ritel modern di Indonesia terus meningkat, didorong oleh perubahan pola konsumsi, urbanisasi, dan meningkatnya daya beli, yang memperintensifkan persaingan dan menggeser fokus strategis ke arah kepuasan pelanggan. Latar belakang khusus dalam konteks ini, Alfamart sebagai jaringan ritel terkemuka di Surabaya menghadapi tantangan operasional seperti informasi diskon harga yang tidak konsisten, variasi kualitas layanan, dan perbedaan suasana toko di berbagai gerai yang membentuk pengalaman pelanggan. Kesenjangan pengetahuan: Studi sebelumnya seringkali meneliti faktor harga, layanan, dan lingkungan secara terpisah atau di lokasi yang berbeda, sehingga menghasilkan bukti empiris terintegrasi yang terbatas dalam kerangka analitis tunggal dalam pengaturan ritel modern. Tujuan, fokus studi ini adalah untuk mengevaluasi dampak diskon harga, kualitas layanan, dan suasana toko terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Hasil, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data survei dari 100 responden dan analisis regresi linier berganda yang diproses melalui IBM SPSS Statistics 29, temuan menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kebaruan studi ini menyediakan model empiris terintegrasi yang menggabungkan strategi harga, kinerja layanan, dan lingkungan toko fisik dalam satu kerangka kerja dalam konteks ritel modern di Surabaya. Implikasi temuan menyoroti bahwa strategi penetapan harga yang konsisten, standar layanan yang tinggi, dan suasana toko yang dikelola dengan baik sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas pelanggan dalam lingkungan ritel yang kompetitif.

Kata kunci: Diskon Harga, Kualitas Layanan, Suasana Toko, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

General Background Modern retail growth in Indonesia continues to accelerate, driven by changes in consumption patterns, urbanization, and rising purchasing power, which intensifies competition and shifts strategic focus toward customer satisfaction. *Specific Background* In this context, Alfamart as a leading retail chain in Surabaya faces operational challenges such as inconsistent price discount information, variations in service quality, and differences in store atmosphere across outlets that shape customer experience. *Knowledge Gap* Previous studies often examine pricing, service, and environmental factors separately or in different locations, resulting in limited integrated empirical evidence within a single analytical framework in modern retail settings. *Aims* the focus of this study is to evaluate the impact of price discount, service quality, and store atmosphere on customer satisfaction, both partially and simultaneously. *Results* Using a quantitative approach with survey data from 100 respondents and multiple linear regression analysis processed through IBM SPSS Statistics 29, the findings indicate that all independent variables have a positive and significant effect on customer satisfaction. *Novelty* This study provides an integrated empirical model combining price strategy, service performance, and physical store environment within a single framework in the context of modern retail in Surabaya. *Implications* The findings highlight that consistent pricing strategies, high service standards, and well-managed store atmosphere are critical to improving customer satisfaction and sustaining customer loyalty in competitive retail environments.

Keywords: Price Discount, Service Quality, Store Atmosphere, Customer Satisfaction