

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *KUALITAS LAYANAN* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI MATAHARI
DEPARTMENT STORE PLAZA KABUPATEN GRESIK**

SKRIPSI



Oleh:

Lilis Indah Rohmawati : 16.312.099

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
2020**

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS LAYANAN DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI MATAHARI
DEPARTEMEN STORE PLAZA KABUPATEN GRESIK**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu persyaratan
Memperoleh gelar sarjana ekonomi

Oleh:

LILIS INDAH ROHMAWATI : 16.312.099

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
2020**

SKRIPSI

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS LAYANAN DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI
MATAHARI DEPARTEMEN STORE PLAZA KABUPATEN
GRESIK

Oleh:

LILIS INDAH ROHMAWATI
NPM: 16.312.099

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 24 juli 2020

Pembimbing 1

Alkhusni, S.E., M.M.
NIP : 03.139.709.039

Pembimbing 2

Maulidyah Amalina Rizqi, S.E., M.M.
NIP : 03.111.504.181

Penguji 1

Sukaris, SE., M.S.M.
NIP. 03.110.506.119

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



Syaiful, SE., M.Si.
NIP. 031219.604.028

Ketua Program Studi Manajemen



Ashra'ulandayani., SE., M.S.M.
NIP. 03.111.507.177

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “pengaruh *store atmosphere*, kualitas layanan dan *brand image* terhadap kepuasan pelanggan di matahari department store plaza kabupaten gresik” dan diajukan untuk diuji pada tanggal 24 juli 2020, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat mau pun pikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberi pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Dan apabila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar ijazah yang telah diberikan universitas muhammadiyah gresik batal saya terima.

Gresik, 24 juli 2020

Yang membuat pernyataan



(Lilis Indah rohmawati)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Keinginan akan tercapai jika semua yang diminta dengan keikhlasan dan berusaha, jadilah dirimu sendiri ketika ada orang lain yang menghujatmu, tetap semangat karena pintu kesuksesan menantimu.

Jadikan kedua orang tua mu bangga disana (disurga) karena mereka pasti tau bahwa kamu adalah anak yang tegar dan mandiri bersama adikmu dalam menghadapi hal apapun itu. Dan selalu tegar tetap ikhtiar dan tawakal untuk menghadapi semua ini.

Jangan merasa sendiri di dunia ini, karena percayalah masih ada banyak orang yang mempedulikan hidup kita.

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk ayahku Pake widodo (alm) dan ibuku Suparti (almh) tercinta, suamiku Ismail dwi efriyanto dan adiku nur widyanty tercinta, seluruh keluarga tercintaku, guru smk ku bu kasiatin orang tua keduaku tercinta dan seluruh keluarga PT Matahari Department Store Kabupaten Gresik yang selalu memberikan bantuan, motivasi dan semangat hingga terselesaikan skripsi ini dan didapatkan gelar sarjana.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : *“Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Layanan Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Matahari Department Store Plaza Kabupaten Gresik”*. Proposal Penelitian ini merupakan laporan yang diajukan sebagai persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa Proposal Penelitian ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Prof.Dr.Ir Setyo Budi, MS selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Suwarno, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Anita Handayani, SE., M.S.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik.
4. Alkusani, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, motivasi dan pengarahan kepada penulis.
5. Maulidyah Amalina Rizqi, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, motivasi dan pengarahan kepada penulis.
6. Selaku Penguji 1 Skripsi Sukaris, SE., M.S.M

7. Seluruh Dosen Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik, Yang Telah Memberikan Bekal Ilmu Dan Segala Bantuan Yang Diberikan.
8. Kedua Orang Tua tercintaku di surga yang telah menjadi penyemangat dalam hidup dan sangat berarti bagi penulis dalam skripsi.
9. Orang ynang spesial Suamiku tercinta ismail dwi efriyanto yang telah memberikan doa restu, nasehat, membantu, memberikan motivasi dan semangat yang berarti bagi penulis dalam mengerjakan skripsi.
10. kania Andiyastie selaku manager pt.matahari store plaza kabupaten gresik yang telah banyak membatu menjelaskan tentang profil perusahaan dan memberikan penjelasan data-data perusahaan yang dipakai untuk data dalam skripsi.
11. Seluruh Pegawai Matahari Departement Store Kabupaten Gresik terimakasih atas bantuannya memberikan informasi yang dibutuhkan penulis dalam skripsi.
12. Pt. Kasih karunia sejati tempat bekerja penulis karena semangat bekerja bisa menghasilkan gaji untuk pembayaran kulia dan bisa membantu dalam pembayaran awal masuk kulia hingga lulus kulia semua itu berarti bagi penulis.
13. Guru smk ku yang sangat berarti Ibu kasiatin yang sudah dianggap sebagai orang tua keduaku yang telah memberikan motivasi, dorongan dan kepercayaan kepada penulis.
14. Semua pihak keluarga tercinta dan adek ku nur widyanty yang telah membatu, memberikan motivasi dan semangat.
15. Sahabat - sahabatku tercinta hellis, izza, vega, esi, firda, sila, rizki dan nurul yang telah banyak membantu dan memberikan motivasi.

16. Sahabat – sahabatku mbak diyah, mbak riris, mbak via dan citra yang telah banyak membantu dan memberikan motivasi.
17. Sahabat – sahabatku bengkarokan (chalim, dita, dwy, galuh, vinda dan jeni) yang selalu memberikan semangat dan selalu ada disaat susah dan senang.
18. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu peneliti. peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna, maka dari itu dengan kerendahan hati peneliti mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak demi perbaikan dan penyempurnaan di masa mendatang.

Gresik, 26 Juni 2020

Peneliti

DAFTAR ISI

| | Hal |
|--|------|
| COVER | |
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI | iii |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| ABTRAKSI | xiv |
| ABSTRACT | xv |
| | |
| BAB I : PENDAHULUAN. | |
| 1.1. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3. Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.4. Manfaat Penelitian..... | 8 |
| | |
| BAB II : TINJAUAN PUSTAKA. | |
| 2.1. Penelitian Terdahulu..... | 9 |
| 2.2. Landasan Teori..... | 12 |
| 2.2.1. Pengertian Pemasaran..... | 12 |
| 2.2.1.1. Bauran Pemasaran..... | 14 |
| 2.2.1.2. Unsur Bauran Pemasaran..... | 14 |
| 2.2.2. <i>Store Atmosphere</i> | 16 |
| 2.2.3. Definisi Kualitas Layanan..... | 19 |
| 2.2.3.1. Dimensi Kualitas Layanan..... | 20 |
| 2.2.4. <i>Brand Image</i> | 23 |
| 2.2.5. Definisi Kepuasan pelanggan..... | 24 |
| 2.2.5.1. Metode Pengukuran..... | 25 |
| 2.2.6. Hubungan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 26 |
| 2.2.7. Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 27 |
| 2.2.8. Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 27 |
| 2.3. Kerangka Konseptual..... | 28 |
| 2.4. Hipotesis..... | 29 |

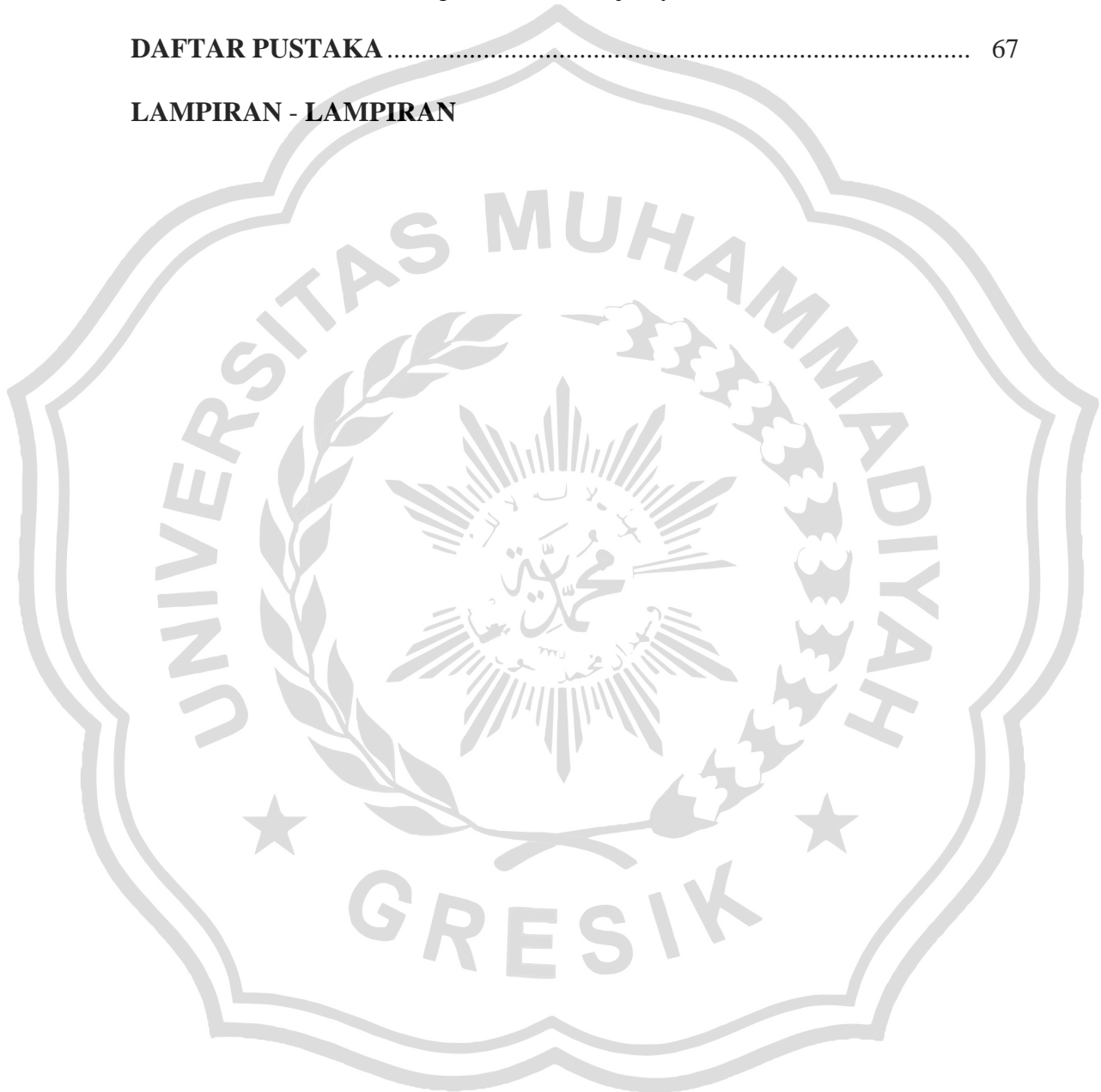
BAB III : METODE PENELITIAN

| | | |
|---------|---|----|
| 3.1. | Pendekatan Penelitian | 30 |
| 3.2. | Lokasi Penelitian..... | 30 |
| 3.3. | Populasi dan Sampel | 30 |
| 3.3.1. | Populasi..... | 30 |
| 3.3.2. | Sampel..... | 31 |
| 3.4. | Definisi Operasional..... | 32 |
| 3.5. | Pengukuran Variabel..... | 34 |
| 3.6. | Jenis Data dan Sumber Data | 34 |
| 3.6.1. | Jenis Data | 34 |
| 3.6.2. | Sumber Data..... | 34 |
| 3.7. | Teknik Pengumpulan Data..... | 35 |
| 3.8. | Pengajuan Instrumen Penelitian..... | 35 |
| 3.8.1. | Uji Validitas | 35 |
| 3.8.2. | Uji Reliabilitas | 35 |
| 3.9. | Uji Asumsi Klasik..... | 36 |
| 3.10. | Teknik Pengolahan dan Analisis Data | 38 |
| 3.10.1. | Analisis Regresi Linear Berganda | 38 |
| 3.10.2. | Koefisien Determinasi (R^2)..... | 38 |
| 3.10.3. | Pengujian Secara Parsial (Uji t)..... | 39 |

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN INTREPRESTASI HASIL

| | | |
|--------|---|----|
| 4.1. | Gambaran Umum dan Obyek Penelitian | 41 |
| 4.1.1. | Sejarah dan Profil Matahari Departement Store | 41 |
| 4.1.2. | Visi dan Misi Matahari Departement Store | 42 |
| 4.1.3. | filosofi Matahari Departement Store | 42 |
| 4.2. | Deskripsi Hasil Penelitian..... | 43 |
| 4.2.1. | Karakteristik Responden..... | 43 |
| 4.2.2. | Diskripsi Responden | 43 |
| 4.3. | Tanggapan Responden | 45 |
| 4.3.1. | <i>Store Atmosphere</i> (X1)..... | 46 |
| 4.3.2. | Kualitas Layanan (X2)..... | 47 |
| 4.3.3. | <i>Brand Image</i> (X3) | 48 |
| 4.3.4. | Kepuasan Pelanggan (Y)..... | 49 |
| 4.4. | Uji Instrumen | 50 |
| 4.4.1. | Uji Validitas | 50 |
| 4.4.2. | Uji Reliabilitas | 51 |
| 4.5. | Uji Asumsi Klasik..... | 52 |
| 4.5.1. | Uji Multikolinearitas | 52 |
| 4.5.2. | Uji Heteroskedastisitas..... | 53 |
| 4.5.3. | Uji Normalitas..... | 54 |
| 4.6. | Analisis Data | 55 |
| 4.6.1. | Analisis Regresi Linier Berganda | 55 |
| 4.6.2. | Koefisien determinasi (R^2) dan koefisien korelasi ganda | 57 |
| 4.7. | Uji Hipotesis | 58 |
| 4.7.1. | Uji t (Parsial)..... | 58 |

| | | |
|---|------------------------------------|-----------|
| 4.8. | Interprestasi Hasil Analisis | 62 |
| BAB V : KESIMPULAN DAN REKOMENDASI | | |
| 5.1. | Kesimpulan | 65 |
| 5.2. | Rekomendasi..... | 65 |
| 5.2.1 | Bagi AspekManajerial | 66 |
| 5.2.2. | Bagi Peneliti Selanjutnya..... | 66 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 67 |
| LAMPIRAN - LAMPIRAN | | |



DAFTAR TABEL

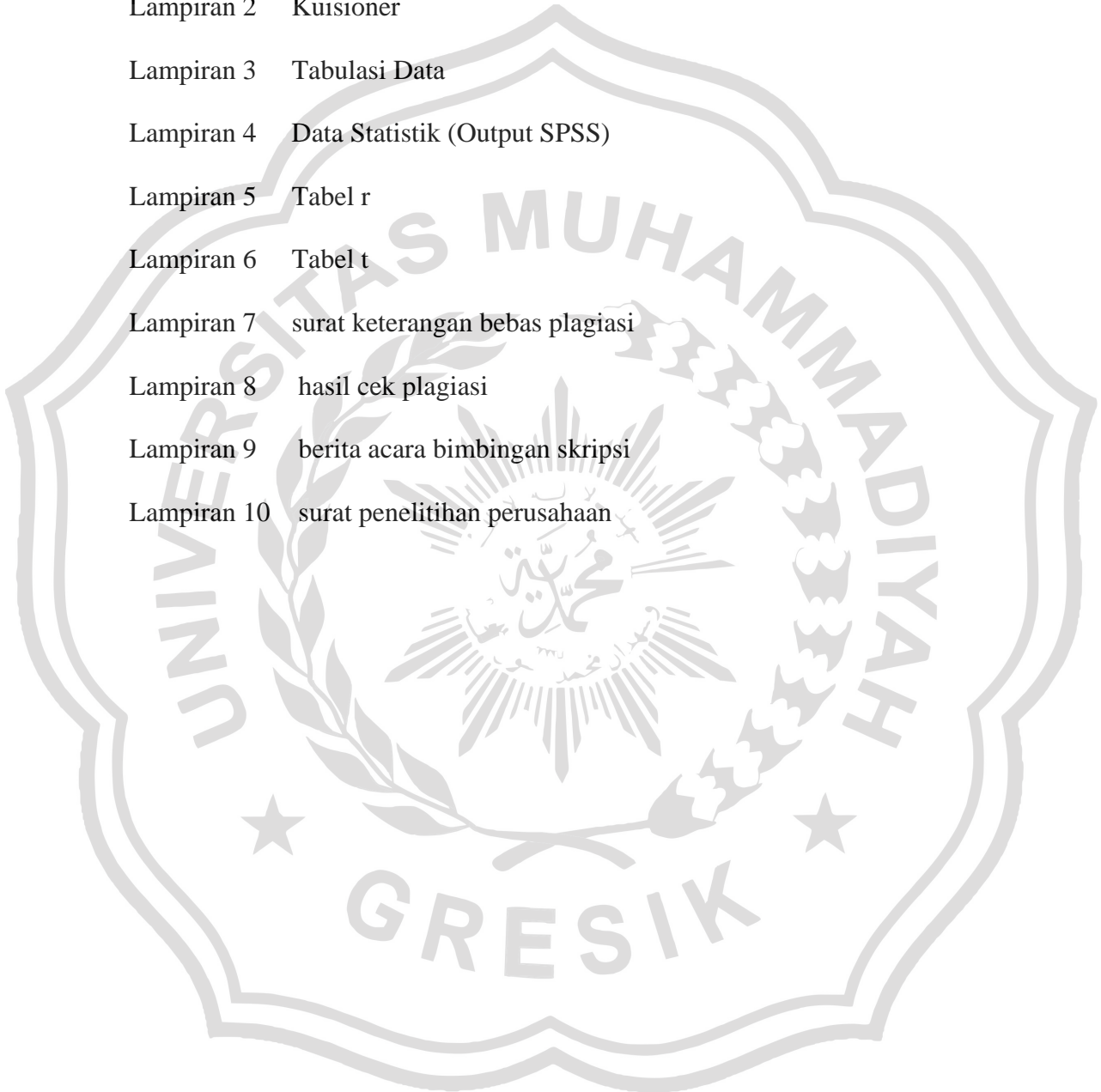
| | Hal |
|---|-----|
| Tabel 1.1 Data Pencapaian Penjualan Tahun 2017-2019..... | 3 |
| Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang | 10 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 43 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia | 44 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan..... | 44 |
| Tabel 4.4 Tanggapan Responden | 45 |
| Tabel 4.5 Tanggapan dan Penilaian Responden <i>Store Atmosphere</i> | 46 |
| Tabel 4.6 Tanggapan dan Penilaian Responden Kualitas Layanan | 47 |
| Tabel 4.7 Tanggapan dan Penilaian Responden <i>Brand Image</i> | 48 |
| Tabel 4.8 Tanggapan dan Penilaian Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 49 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian | 51 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian..... | 52 |
| Tabel 4.11 Koefisien <i>tolerance value</i> dan VIF Masing – masing variabel..... | 52 |
| Tabel 4.12 Uji Normalitas..... | 54 |
| Tabel 4.13 Uji Regresi Linier Berganda | 56 |
| Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 57 |
| Tabel 4.15 Uji t | 60 |

DAFTAR GAMBAR

| | Hal |
|---|-----|
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual | 30 |
| Gambar 3.1 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 (Uji t) | 41 |
| Gambar 3.1 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Ujit | 44 |
| Gambar 4.1 Uji Heteroskedaristas | 53 |
| Gambar 4.2 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t (<i>Store AtmosPhere</i>) | 60 |
| Gambar 4.3 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t (Kualitas Layanan) | 61 |
| Gambar 4.4 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t (<i>Brand Image</i>) | 62 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Jadwal Penelitian
- Lampiran 2 Kuisisioner
- Lampiran 3 Tabulasi Data
- Lampiran 4 Data Statistik (Output SPSS)
- Lampiran 5 Tabel r
- Lampiran 6 Tabel t
- Lampiran 7 surat keterangan bebas plagiasi
- Lampiran 8 hasil cek plagiasi
- Lampiran 9 berita acara bimbingan skripsi
- Lampiran 10 surat penelitiahan perusahaan



Lilis indah rohmawati, 16312099, **pengaruh *store atmosphere*, kualitas layanan dan *brand image* terhadap kepuasan pelanggan di matahari department store** Lilis Indah Rohmawati , 16312099, **Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Layanan Dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Matahari Department Store Plaza Kabupaten Gresik.** Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, Agustus, 2020.

Abstraksi

Kemajuan di bidang perekonomian selama ini telah banyak membawa Perkembangan yang pesat dalam bidang usaha dagang dan membawa perubahan besar dalam pasar ritel indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengujian Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Layanan Dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Matahari Department Store Plaza Kabupaten Gresik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data penelitian dikumpulkan dengan penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang berkunjung di matahari department store plaza kabupaten gresik. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa hasil *ppengujianstore atmosphere*, kualitas layanan dan *brand imagea* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di matahari department store plaza kabupaten gresik.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Kualitas Layanan, *Brand Image*, Kepuasan Pelanggan

Lilis Indah Rohmawati, 16312099, The Effect of Store Atmosphere, Service Quality and Brand Image on Customer Satisfaction at Matahari Department Store Plaza Gresik Regency. Management, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University Gresik, August, 2020.

Abstract

Progress in the economy has so far brought a lot of rapid developments in the field of trading business and brought great changes in the Indonesian retail market. This study aims to test the effect of Store Atmosphere, Service Quality and Brand Image on Customer Satisfaction at Matahari Department Store Plaza Gresik Regency. This research uses a quantitative approach. Research data were collected by distributing questionnaires to 100 respondents who visited the Matahari Department Store Plaza Gresik Regency. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. Then the researchers can conclude that the results of the atmosphere testing, service quality and brand image partially have a significant effect on customer satisfaction at Matahari Department Store Plaza, Gresik Regency.

Keywords: Store Atmosphere, Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction