

**ANALISIS PENGARUH STORE ATMOSPHERE,
PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN INDOMARET JETIS PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Nama : LUTFI MAULANA

NIM : 11412724

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

TAHUN 2015

**ANALISIS PENGARUH STORE ATMOSPHERE,
PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN INDOMARET JETIS PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Nama : LUTFI MAULANA

NIM : 11412724

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

TAHUN 2015

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Jetis Ponorogo
Nama : Lutfi Maulana
N I M : 11412724
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh gelar sarjana program Strata Satu(S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 20 - September 2016

Pembimbing I

SUKMONO HADI HUTOJO SE,MM
NIK.19510830 199903 14

Pembimbing II

Drs.Ec.PURWANTO,MM
NIK. 19531024 199309 14

Mengetahui :
Dekan Fakultas Ekonomi

TEH RAPINI,SE,MM
NIP. 19630505 199003 2 003

Dosen Penguji:

SUKMONO HADI HUTOJO SE,MM
NIK.19510830 199903 14

HADI SUMARSONO SE,M,SI
NIK.19760508 200501 11

NANING KRISTİYANA SE,MM
NIK.19750921 200309 14

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, Skripsi ini merupakan karya saya sendiri(ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar Akademis di suatu institusi pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 20 - 19 - 2016



Lutfi Maulana

NIM. 11412724

Ringkasan

Lutfi Maulana, 2016. *Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan pelanggan Indomaret Jetis Ponorogo*

Karena banyak konsumen memilih berbelanja disana dengan alasan Indomaret mudah dan hemat. Dengan kata lain Indomaret banyak dikenal masyarakat, memiliki pelayanan yang berbeda dengan minimarket lainnya, mengutamakan kenyamanan konsumen dan sering memberikan discount untuk menarik konsumen datang ke Indomaret. Dalam penelitian ini peneliti memunculkan tiga faktor yang dianggap menonjol dalam penelitian ini, yang berpotensi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Faktor tersebut adalah Store Atmosphere, Promosi, Kualitas pelayanan,

Dalam penelitian ini terdapat populasi sebesar 180 didapat dari konsumen loyal dan konsumen tetap. Dan dari hasil perhitungan menggunakan rumus *solvin* diperoleh sampel sebanyak 65 orang. Dari penelitian ini diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 55,3 % yang menunjukkan sumbangan dari variabel independen terhadap variabel dependen dan 44,7% sisanya diperoleh dari variabel lain yang tidak termasuk dalam pembahasan penelitian ini.

Berdasarkan hasil uji t, faktor yang paling dominan mempengaruhi Kepuasan pelanggan indomaret jetis ponorogo adalah faktor *Promosi*. Hal ini ditunjukkan dengan hasil t hitung > t tabel ($3,674 > 2,298$) dengan signifikansi sebesar 0,05.

Dari hasil perhitungan uji f, diperoleh hasil sebesar $27,420 > 2,755$ yang berarti f hitung > f tabel yang menunjukkan pengaruh yang signifikan dari keempat variabel independen terhadap variabel dependen dengan signifikansi dibawah 0,05 yaitu 0,000.

Kata Kunci : Store Atmosphere, Promosi, Kualitas pelayanan, dan Kepuasan pelanggan.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Jetis Ponorogo”**, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama proses penyusunan skripsi ini, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Drs. H. Sulton, M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Titi Rapini, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Hadi Sumarsono, SE, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Sukmono Hadi Hutoyo SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan serta saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Drs. Ec. Purwanto, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan serta saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh staff pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
7. Staff Karyawan di Indomaret Jetis Ponorogo yang telah memberikan informasi yang dibutuhkan penulis untuk mendukung isi skripsi ini.
8. Kepada ibu dan kakak penulis, khususnya kepada almarhum bapak penulis, (Bpk DAMSIKIN) terima kasih banyak telah memberikan doa serta dukungan baik secara moril maupun meteril yang luar biasa pada setiap langkah hidup penulis, besar harapan

penulis untuk bisa menjadi kebanggaan bagi mereka,dan semoga engkau bangga akan hasil yang penulis berikan untuk-MU

9. Fhety Unjung Sari yang tidak pernah lelah selalu memberikan suport,memberikan semangat,kepada penulis,sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini
10. Teman-teman satu kelas penulis di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, terima kasih ketulusan hatinya memberikan dukungan, berbagi suka duka dan bersama-sama melewati hampir 4 tahun pendidikan di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
9. Seluruh responden, terima kasih atas waktu dan informasi yang untuk membantumenyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah tulus ikhlas memberikan dukungan dan saran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan, oleh karena itu segala saran dan kritik yang membangun akan menyempurnakan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Ponorogo,..... 2016

Penulis,

Lutfi Maulana

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Jadilah Kamu Manusia yang pada kelahiranmu semua orang tertawa bahagia, tetapi hanya kamu sendiri yang menangis, dan pada kematianmu semua orang menangis sedih tetapi Cuma kamu yang menangis bahagia

(Mahatma Gandhi)

Sebuah persembahan untuk almarhum, Bapak, tercinta

Atas curahan keringat, kasih sayang serta doanya selama ini.

Serta untuk ibu dan kakak tersayang.

DAFTAR ISI

	halaman
Halaman Pengesahan	i
Daftar Isi	ii
Daftar Tabel	v
Daftar Gambar	vi
Daftar Lampiran	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.3.1. Tujuan Penelitian	4
1.3.2. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	6
2.1.1. Pengertian Pemasaran	6
2.1.1.1. Proses Pemasaran	8
2.1.2. Pengertian Perilaku Konsumen	11
2.1.2.1. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	13
2.1.3. Pengertian Store Atmosphere	20
2.1.3.1. Elemen-Elemen Suasana Toko (<i>Store Atmosphere</i>)	21
2.1.4. Pengertian Promosi	24
2.1.5. Pengertian Kualitas Pelayanan	26
2.1.5.1. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	28
2.1.6. Pengertian Kepuasan Pelanggan	30
2.1.6.1. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	30

2.2. Indikator Variabel Penelitian	31
2.3. Penelitian Terdahulu	32
2.4. Kerangka Pemikiran	33
2.5. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	35
3.1.1. Lokasi Penelitian	35
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	36
3.3. Metode Pengambilan Data	38
3.4. Definisi Operasional Variabel	40
3.5. Metode Analisis Data	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskriptif Obyek Penelitian	51
4.1.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	51
4.1.2. Gambaran Umum Produk Yang Diteliti	52
4.1.3. Gambaran Umum Responden	53
4.1.3.1. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Alamat	53
4.1.3.2. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.1.3.3. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
4.1.3.4. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	55
4.1.3.5. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	55
4.1.3.6. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	56
4.2. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	57
4.2.1. Uji Validitas	57
4.2.2. Uji Reliabilitas	59

4.2.3. Deskripsi Tanggapan Responden	60
4.2.4. Analisis Regresi Linier Berganda	62
4.2.5. Analisa Korelasi Berganda dan Koefisien Determinasi (R^2)	66
4.2.6. Uji t (Parsial)	68
4.2.7. Uji F (Simultan)	74
4.3. Pembahasan	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	80
5.2. Saran dan Keterbatasan	80
5.2.1. Saran	81
5.2.2. Keterbatasan	82
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 2.1. Indikator Variabel Penelitian	31
Tabel 3.1. Data Jumlah Konsumen Tetap dan Loyal Indomaret Jetis Ponorogo sebagai Populasi Penelitian ini pada bulan Oktober 2015	37
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel	40
Tabel 4.1. Responden Berdasarkan Alamat	53
Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4.4. Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4.5. Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	56
Tabel 4.6. Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	56
Tabel 4.7. Kriteria Validitas r_{hitung} dan Interpretasi	58
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas	58
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.10. Nilai Indeks tentang Store Atmosphere (X_1)	61
Tabel 4.11. Nilai Indeks tentang Promosi (X_2)	61
Tabel 4.12. Nilai Indeks tentang Kualitas Pelayanan (X_3)	62
Tabel 4.13. Nilai Indeks Kepuasan Pelanggan (Y)	62
Tabel 4.14. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	64
Tabel 4.15. Kriteria Penilaian Korelasi Berganda	67
Tabel 4.16. Hasil Analisa Korelasi Berganda dan Uji Koefisien Determinasi	67
Tabel 4.17. Hasil Uji t (Parsial)	69
Tabel 4.18. Hasil Pengujian Hipotesis Melalui Uji t (Parsial)	73
Tabel 4.19. Hasil Uji F (Simultan)	75

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian	14
Gambar 2.2. Model Perilaku Konsumen Yang Membahas Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	18
Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran	33
Gambar 3.1. Kurva Uji t	48
Gambar 3.2. Kurva Uji F	50
Gambar 4.1. Kurva Pengujian Hipotesis Dua Arah	70
Gambar 4.2. Kurva t Hitung Untuk Variabel Store Atmosphere (X_1)	71
Gambar 4.3. Kurva t Hitung Untuk Variabel Promosi (X_2)	72
Gambar 4.4. Kurva t Hitung Untuk Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)	73
Gambar 4.5. Kurva Pengujian Hipotesis dengan Uji F	76

DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	
Lampiran 2. Data Mentah Penelitian	
Lampiran 3. Hasil Uji Penelitian	