

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA TOKO DAN *STORE*
ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Toko Sumber Agung Pasuruan)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

MUHAMMAD AGUNG FERDIANSYAH

NPM. 22001081199



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menilai pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), Citra Toko (X2), dan *Store Atmosphere* (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), baik secara parsial maupun secara simultan. Metode penelitian yang diterapkan adalah pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah 60 Konsumen Toko Sumber Agung Pasuruan. Kuesioner digunakan sebagai instrumen pengumpulan data, Uji Validitas dan Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur kinerja instrumen tidak hanya itu, penelitian ini juga menggunakan Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji R^2 , dan Uji t. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Citra Toko, dan *Store Atmosphere*. Secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Secara parsial, Kualitas Pelayanan, Citra Toko dan *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Citra toko , *Store Atmosphere* dan Kepuasan Konsumen



ABSTRACT

This research aims to analyze and assess the influence of Service Quality (X1), Store Image (X2), and Store Atmosphere (X3) on Consumer Satisfaction, both partially and simultaneously. The research method applied is a quantitative approach. The sample for this research was 60 consumers of the Sumber Agung Pasuruan Store. The questionnaire was used as a data collection instrument, Validity Test and Reliability Test were used to measure the performance of the instrument. Not only that, this research also used Normality Test, Multicollinearity Test, Heteroscedasticity Test, Multiple Linear Regression Analysis, F Test, R² Test, and t Test. The results of this research show that Service Quality, Store Image, and Store Atmosphere. Simultaneously has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction. Partially, Service Quality, Store Image and Store Atmosphere have a positive and significant effect on Consumer Satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Store Image, Store Atmosphere and Consumer Satisfaction*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kepuasan Pelanggan adalah salah satu faktor terpenting agar pelanggan tetap membeli di sebuah toko dan tidak memilih toko lainnya. Mencapai tingkat kepuasan pelanggan tertinggi adalah tujuan utama pemasaran. Pada kenyataannya, banyak perhatian tercurah pada konsep kepuasan total, yang implikasinya adalah mencapai kepuasan sebagian saja tidaklah cukup untuk membuat pelanggan setia dan kembali lagi. Ketika pelanggan merasa puas akan pelayanan yang didapatkan pada saat proses transaksi dan juga puas akan barang atau jasa yang mereka dapatkan, besar kemungkinan mereka akan kembali lagi dan melakukan pembelian-pembelian yang lain dan juga akan merekomendasikan pada teman-teman dan keluarganya tentang perusahaan tersebut dan produk-produknya (Barnes, 2013).

Terpenuhinya suatu kebutuhan menciptakan suatu kenyamanan dan kenyamanan adalah kepuasan. Sayangnya, makna pemenuhan tidak lagi sejelas makna kepuasan. Kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhan. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang/jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan

pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan di bawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan (Oliver dalam Sihombing, 2019).

Penting bagi para pelaku pasar dan mereka yang bertanggung jawab terhadap pelayanan pelanggan untuk memiliki suatu apresiasi yang solid mengenai kebutuhan-kebutuhan dan harapan-harapan pelanggan. Sebuah perusahaan bisa menghasilkan kepuasan pelanggan dengan cara memenuhi harapan. Ketika pelanggan berinteraksi dengan para pelaku bisnis, mereka mempunyai harapan-harapan tentang beberapa aspek dari interaksi tersebut dan juga tentang apa yang ditransaksikan.

Pola hidup masyarakat semakin hari semakin maju, ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang begitu pesat seiring perkembangan zaman. Pengaruh perkembangan tersebut sangat nyata, misalnya terciptanya fasilitas-fasilitas yang memudahkan kegiatannya sejalan dengan perkembangan teknologi tersebut. Salah satu dampak dari perkembangan teknologi tersebut adalah semakin banyak berkembang bisnis-bisnis ritel seperti supermarket, minimarket dan pusat pembelanjaan lainnya. Konsep baru dunia ritel dapat menarik perhatian konsumen karena menawarkan sesuatu yang baru yang dapat menimbulkan rasa senang dalam berbelanja. Kelebihan-kelebihan itulah yang membuat konsep baru ini sangat dipertimbangkan oleh pelanggan sebagai tempat tujuan berbelanja dan menggeser pasar-pasar tradisional.

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, menurut Irawan faktor pendorong kepuasan pelanggan antara lain kualitas produk, harga, service quality, emotional factor dan biaya (Irawan, 2014). Sedangkan menurut Gaspersz (2015) faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kebutuhan dan keinginan yang

berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan perusahaan, pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk, pengalaman dari teman dan komunikasi melalui iklan dan pemasaran. Sedangkan menurut Rambat Lupiyoadi dalam Sihombing, (2019) menentukan kepuasan pelanggan terdapat lima faktor yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.

Beberapa faktor yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti kualitas pelayanan, kualitas pelayanan juga menjadi salah satu penentu kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik bertujuan agar pelanggan merasa puas setelah berbelanja di toko tersebut. Pelanggan yang puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan cenderung akan selalu berbelanja ditempat yang sama, bahkan enggan untuk berpindah ke tempat lain. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Lebih lanjut, kualitas sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2016).

Citra toko juga merupakan salah satu faktor penentu agar pelanggan tetap membeli produk yang diinginkannya di toko yang sama. Sebelum pelanggan memasuki toko untuk membeli, pelanggan mungkin akan berubah pikiran dengan perasaan yang salah, awalnya mungkin mereka tidak berniat masuk toko pada akhirnya masuk dan membeli karena citra baik dari tampilan jendela atau suasana yang diciptakan (Sumarwan, 2013). Untuk menghadapi persaingan dalam bidang pemasaran yang

semakin ketat, sangat penting bagi peritel mengembangkan keunggulan kompetitif berkelanjutan. Keunggulan kompetitif berkelanjutan tersebut adalah membentuk citra yang baik dibenak pelanggan maupun publik karena citra toko dapat mempengaruhi proses kepuasan konsumen dalam berbelanja.

Toko Sumber Agung Pasuruan adalah sebuah toko ritel dan toko pertanian sekaligus kios pupuk subsidi yang terletak di Jalan Desa Sebalong, Kec. Nguling, Kab. Pasuruan, Jawa Timur 67185. Toko Sumber Agung sebuah pusat perbelanjaan yang menjual berbagai macam produk sehari hari. Seperti berbagai jenis kebutuhan rumah tangga, snack, alat tulis, makanan instan, minuman, dan kebutuhan rumah tangga lainnya. Kemudian ia juga menyediakan berbagai macam produk pertanian seperti obat hama, pupuk, dan nutrisi tumbuhan. Toko Sumber Agung juga salah satu market yang banyak diminati oleh konsumen. Jika ditinjau dari letaknya, maka toko Sumber Agung berada di pinggir jalan raya sehingga jelas dan mudah dijangkau oleh konsumen. Hasil wawancara dengan pak Mustain selaku karyawan pada Toko Sumber Agung jumlah pelanggan perhari di Toko Sumber Agung Kisaran lebih kurang 100 orang.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Toko Sumber Agung sangat memuaskan, hal ini diperoleh dari hasil survey kepada 20 pelanggan Toko Sumber Agung, 18 diantaranya memberikan pernyataan yang sama berupa pelayanannya sangat cepat dalam menyiapkan kebutuhan konsumen, meskipun Toko Sumber Agung dalam keadaan ramai, namun tidak pernah terjadi antri yang panjang. Dengan kualitas

pelayanan yang diberikan kepada konsumen sangat maksimal, hal ini berimbas kepada citra Toko Sumber Agung yang baik dibenak konsumen.

Selain kualitas pelayanan dan citra toko, faktor *Store Atmosphere* (suasana toko) juga menjadi hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Toko Sumber Agung memberikan tampilan display toko yang rapi. Barang yang disusun dikelompokkan sesuai dengan jenisnya. Meskipun produk yang dijual berbagai macam jenis, namun pelanggan tidak merasa bingung untuk mencari produk yang diinginkan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurhajjah (2022) dimana terdapat hasil pengaruh yang positif dan signifikan antara *Store Atmosphere* terhadap kepuasan konsumen di *Business Centre*. *Store Atmosphere* yang menarik perhatian konsumen akan meningkatkan kepuasan dari pengunjung. Namun hal ini tidak sejalan dengan penelitian Rini (2022) dimana hasil penelitian menunjukkan *Store Atmosphere* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Pada *Jolly Bakery*, Wonogiri.

Dengan adanya gap penelitian dan penjabaran diatas, penulis tertarik untuk menganalisa lebih dalam mengenai pengaruh kepuasan konsumen dengan menggunakan faktor-faktor penentu kepuasan konsumen seperti kualitas pelayanan, citra toko, dan *Store Atmosphere*. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA TOKO DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Toko Sumber Agung Pasuruan)”**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah Kualitas Pelayanan, Citra Toko dan Store Atmosphere berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen?
3. Apakah Citra Toko berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen?
4. Apakah Store Atmosphere berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Toko dan Store Atmosphere secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen Toko Sumber Agung Pasuruan.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Toko Sumber Agung Pasuruan.
3. Untuk mengetahui pengaruh Citra Toko terhadap Kepuasan Konsumen Toko Sumber Agung Pasuruan.
4. Untuk mengetahui pengaruh Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen Toko Sumber Agung Pasuruan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang dapat dimanfaatkan untuk menguatkan teori yang sudah ada dan dapat memberikan informasi, pengetahuan serta wawasan dari analisis masalah yang diteliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Toko dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Toko Sumber Agung Pasuruan).

2. Manfaat praktis

a. Bagi Pemilik Usaha

Diharapkan bisa memberikan pengetahuan dan pemahaman khususnya untuk Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Toko dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan evaluasi agar Toko Sumber Agung di pasuruan ini bisa lebih berkembang.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan bisa menjadi Informasi dan Referensi dari analisis masalah yang dihasilkan untuk dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya yang memiliki ketertarikan penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Toko dan *Store Atmosphere* Kepuasan Konsumen.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, citra toko dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara simultan kualitas pelayanan, citra toko dan *store atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sumber Agung.
2. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sumber Agung.
3. Variabel citra toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sumber Agung.
4. Variabel *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sumber Agung.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mempunyai beberapa keterbatasan yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya mengandalkan data dari pernyataan dalam kuesioner yang dibatasi oleh indikator, sehingga data yang diperoleh kurang menggambarkan kondisi yang lebih luas.
2. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sehingga data yang didapat dikelola berdasarkan hasil jawaban responden yang dikumpulkan melalui kuesioner saja.

5.3 Saran

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian diatas, masih terdapat banyak keterbatasan sehingga masih banyak yang perlu diperbaiki. Adapun saran yang penulis sampaikan diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengambil sampel dengan melebarkan jangkauan area responden yang lebih luas
2. Selanjutnya untuk menggunakan metode pengumpulan data tidak hanya penyebaran kuesioner, peneliti dapat menambahkan metode wawancara mendalam terhadap responden.
3. Penggunaan variabel yang berbeda atau penambahan jumlah variabel pada penelitian seperti variabel kualitas produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Barnes, J. G. (2003). *Secrets of Customer Relationship Management*: terj. *Andreas Winardi*. Yogyakarta: *ANDI*.
- Ghozali, I (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program AMOS 24*. Semarang: *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariante dengan Program SPSS*. Semarang: *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*. Grafindo Persada Jakarta 2003
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Diponegoro: *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang*
- Hadi, R. K., Sulaeman, A., & Komarudin, K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Airmas Perkasa. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 7(2), 545-553.
- Hermawan, M. D. R., Arisman, A., & Pauzy, D. M. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Showroom Mobil Surya Medal Group di Kabupaten Tasikmalaya. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(4), 72-78.
- Irawan, Handi (2014). *Mengukur Citra Perusahaan*
- jiptono, F. (2016). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: *Edisi Keempat. Andi*.
- Kotler, (2016). "Manajemen Pemasaran". *Jakarta: PT. Indeks*
- Lesmana, R., & Ratnasari, D. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2).
- Maharani, R. A. N., & Alam, I. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(4), 235-242.
- Malhotra, Naresh. (2014). *Basic Marketing Research*. Pearson Education: England
- Mangkunegara. (2011). *Manajemen Sumber Daya Perusahaan*. Bandung: *PT. RemajaRosdakarya*.

- Novel, A. H., Kamanda, S. V., & Kusumayanti, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (CFC Batuaji Batam). *Jurnal Al-Amal*, 1(1), 26-32.
- Nurhajjah, S., Dewi, I. R., & Aisy, R. (2022). The influence of service quality and store atmosphere on customer satisfaction at vocational high school business center in Cirebon. *Manajemen Bisnis*, 12(01), 52-61.
- Rini, S., & Safitri, R. A. (2022). Pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada Jolly Bakery, Wonogiri). In *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi* (Vol. 2, No. 1, pp. 1124-1124).
- Rizayanti, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Socolatte Di Pidie Jaya (Doctoral dissertation, UIN AR-RANIRY).
- Sari, R. F., & Marlius, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada D'sruput Lapai Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1801-1812.
- Sihombing, Z. W. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Imam Market Kisaran (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Pertama. Ed.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018) metode penelitian kuantitatif. Bandung: Alfabeta. Tangkilisam, H. N. S. (2005) Manajemen Publik (Y. Hardiwati, Ed; Cetakan pertama) Jakarta: Grasindo
- Suwarman, Ujang, dkk. Riset Pemasaran dan Konsumen, (Bogor: IPB Press, 2013)