

SKRIPSI

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS
PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI RESTORAN MIE TOREE KLAMPIS
SURABAYA**



OLEH :

TEGUH PRATOMO HARJO

19110063

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA**

2023

SKRIPSI

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RESTORAN MIE TOREE KLAMPIS SURABAYA



OLEH :

TEGUH PRATOMO HARJO

19110063



PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

**UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA**

2023

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS
PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI RESTORAN MIE TOREE
KLAMPIS SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH :

TEGUH PRATOMO HARJO

19110063

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan
untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan
dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA SURABAYA

2023

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS PELAYANAN, HARGA
DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RESTORAN
MIE TOREE KLAMPIS SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

Teguh Pratomo Harjo

19110063

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA**

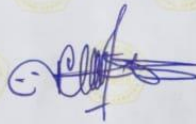
2023

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Teguh Pratomo Harjo
NPM : 19110063
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap kepuasan konsumen di Restoran Mie Toree Klampis Surabaya

Pembimbing

Tanggal :



Citra Anggraini. T., S.E., M.M.

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

Tanggal 8-8-2023



Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap
Kepuasan Konsumen di Restoran Mie Toree Klampis Surabaya**

Telah diuji dan dipertahankan Dihadapan
Tim Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma
Cendika Jurusan Manajemen Pemasaran

Pada hari....., Tanggal.....

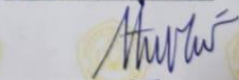
Disusun Oleh :

Nama : Teguh Pratomo Harjo
NPM : 19110063
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Tim Penguji :

Nama:

1. Dr. Maria Widyastuti, M.M.
2. Dr. Thyophoida Panjaitan, M.M.
3. Citra Anggraini Tresyanto, S.E., M.M.

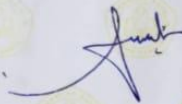

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang ditulis oleh Teguh Pratomo Harjo dengan NPM19110063

telah diuji pada hari _____

Dinyatakan **LULUS** oleh :

Ketua Tim Penguji



Dr. Maria Widvastuti, M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Lilik Indrawati, S.E., M.M.

Ketua Program Studi



Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Teguh Pratomo Harjo
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Manajemen Pemasaran
Alamat Asli : Jl. Mangga 2 E.295 Pondok Candra Indah
No. Identitas : 3515180205000007

Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan konsumen di Restoran Mie Toree Klampis Surabaya

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan secara umum maupun Sebagian dalam bentuk jurnal atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Skripsi ini sepenuhnya merupakan karya seni saya sendiri dan seluruh sumber yang dijadikan rujukan dalam penulisan skripsi ini telah saya sebutkan sesuai dengan kaidah akademik yang berlaku umum. Apabila kemudian hari terbukti ada ketidaksesuaian dan saya melakukan Tindakan menyalin atau meniru karya tulis orang lain, saya bersedia menerima teguran berupa saksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Cendika, termasuk pencabutan gelar sarjana.

Surabaya,

Hormat saya,



Teguh Pratomo Harjo

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan kasihNya sehingga tugas akhir skripsi dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Mie Toree Klampis Surabaya” dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, ucapan terima kasih sebesar-besarnya saya ucapkan kepada yang terhormat :

1. Romo Adrian Adiredjo, S.T.L., M.A., S.T.D. selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika atas dukungan yang telah diberikan.
2. Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah mendukung peneliti menyelesaikan Skripsi ini
3. Lilik Indrawati, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi atas dukungan yang telah diberikan.
4. Citra Anggraini Tresyanto, S. E. M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan memberikan banyak sekali masukan kepada peneliti selama pengerjaan skripsi.
5. Orang tua papa dan mama yang telah memberikan dukungan untuk menyelesaikan tugas skripsi ini.
6. Sahabat serta rekan seperjuangan, terutama untuk Margaretha Agustina, William Artha Wijaya, Grezella Euginia dan Raphaela Hapsari.

Surabaya, 3 July 2023

Peneliti



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
AMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Teoritis	14
1.4.2 Manfaat Praktis.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1. Landasan Teori	15
2.1.1 Pengertian <i>Store atmosphere</i>	15
2.1.2 Kualitas Pelayanan	16
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	16
Menurut Tjiptono (2019:21-22) Kualitas Pelayanan adalah keseluruhan ciri atau karakteristik suatu layanan yang mempengaruhi kemampuan layanan tersebut untuk memenuhi harapan atau kebutuhan pelanggan.....	17
2.1.3 Harga.....	18
2.1.4 Lokasi	20
2.1.5 Kepuasan Konsumen.....	22
2.2 Pengaruh Antar Variabel	23
2.2.1 Pengaruh <i>Store atmosphere</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	23
2.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	24
2.2.3 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	24
2.2.4 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen	24
2.3 Penelitian Terdahulu	24

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/magang akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.





2.4 Rerangka Pemikiran	30
2.5 Kerangka Konseptual	31
2.6 Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Obyek Penelitian	32
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data	32
3.2.1 Pendekatan Penelitian	32
3.2.2 Sumber Data	32
3.3 Variabel Penelitian	33
3.4 Definisi Operasional Variabel	33
3.4.1 Definisi Operasional Variabel Bebas	33
3.4.2 Definisi Operasional Variabel Terikat	36
3.5 Populasi dan Sampel	36
3.5.1 Populasi	36
3.5.2 Sampel	36
3.6 Metode dan Analisa Data	37
3.6.1 Metode Pengumpulan Data	37
3.6.2 Analisa Data Kuantitatif	38
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	39
3.6.4 Uji Regresi Linier Berganda	40
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	41
3.6.6 Uji t	41
BAB IV HASIL PENELITIAN	43
4.1 Gambaran Umum Penelitian	43
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	44
4.2.1 Karakteristik Responden	44
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	45
4.4 Uji Kuesioner	51
4.4.1 Uji Validitas	51
4.4.2 Uji Reliabilitas	52
4.5 Uji Asumsi Klasik	52
4.5.1 Uji Multikolineritas	52
4.5.2 Uji Normalitas	53
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	54



4.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
4.6.1 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	56
4.6.2 Uji t	56
BAB V PENUTUP	60
5.1 Simpulan	60
5.2 Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Bisnis Kuliner Surabaya	2
Tabel 1.2	Peringkat Restoran Mie Babi 2022.....	4
Tabel 2.1	Perbedaan Penelitian Sekarang Dengan Penelitian Sari dan Wardhana (2015)	25
Tabel 2.2	Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian Rahayu dan Wati (2018)	26
Tabel 2.3	Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian Gofur (2019)	27
Tabel 2.4	Perbedaan Penelitian Sekarang Dengan Penelitian Rutjuhan dan Ismunandar (2020).....	28
Tabel 2.5	Perbedaan Penelitian Sekarang Dengan Penelitian Hendratmoko (2019)	29
Tabel 3.1	Kriteria pemberian Skor	38
Tabel 3.2	Pedoman Untuk Memberi Interpretasi Koefisien	41
Tabel 4.1	Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2	Usia Responden	45
Tabel 4.3	Rentang Jawaban Kuisioner	46
Tabel 4.4	Hasil Jawaban Kuisioner <i>Store Atmosphere</i> (X1)	46
Tabel 4.5	Hasil Jawaban Kuisioner Kualitas Pelayanan (X2)	47
Tabel 4.6	Hasil Jawaban Kuisioner Harga (X3)	48
Tabel 4.7	Hasil Jawaban Kuisioner Lokasi (X4)	49
Tabel 4.8	Hasil Jawaban Kuisioner Kepuasan Konsumen (Y)	50
Tabel 4.9	Uji Validitas X1, X2, X3, X4 dan Y	51
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas X1, X2, X3, X4 dan Y	52
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolineritas	53
Tabel 4.12	Hasil Analisa Regresi Linier Berganda	55
Tabel 4.13	Hasil Analisis Koefisien Determinasi	56
Tabel 4.14	Hasil Analisis Uji t	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Rerangka Pemikiran	30
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual	31
Gambar 4.1	Logo Mie Toree Klampis Surabaya	44
Gambar 4.2	Grafik Uji Normalitas.....	53
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Gambar 4.4	Kurva Uji T	56

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/pengalokasian akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



LAMPIRAN

Lampiran 1 – Kuisisioner Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Mie Toree Klampis Surabaya

Lampiran 2 – Hasil Jawaban Kuisisioner Responden

Lampiran 3 – Hasil Perhitungan Data Kuisisioner

Lampiran 4 – Hasil Uji Validitas

Lampiran 5 – Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 6 – Hasil Uji Multikolineritas

Lampiran 7 – Hasil Uji Normalitas

Lampiran 8 – Hasil Uji Heteroskedastisitas

Lampiran 9 – Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Lampiran 10 – Hasil Uji Koefisien Determinasi

Lampiran 11 – Hasil Uji t

Lampiran 12 – T tabel

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan penelitian dan penulisan. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



ABSTRAK

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan penyebaran kuisioner secara daring. Penelitian yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Sampel dari penelitian ini adalah konsumen yang sudah atau pernah melakukan pembelian secara langsung di restoran Mie Toree Klampis Surabaya dengan usia di atas 17 tahun dan jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Data penelitian ini diolah menggunakan SPSS versi 25. Hasil Analisa data menunjukkan bahwa semua pernyataan dari setiap variabel dalam kuisioner dinyatakan valid dengan r hitung $\geq$ table sebesar 0,1564, dan semua pernyataan dari setiap variabel dinyatakan reliabel dengan nilai *Cronbach's Alpha* $\geq$ 0,60. Untuk hasil uji Multikolineritas menunjukkan bahwa semua variabel tidak terjadi gejala multikolineritas antar variabel dengan nilai *tolerance* $\geq$ 0,10 dan $VIF \leq 10$. Hasil uji *P.Plot OF Regression* menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal dan menyebar di sekitar garis diagonal. Hasil uji heteroskedastisitas tidak menunjukkan adanya gejala heterokedastisitas pada model regresi. Hasil pada persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah $Y = 0.666 + 0.494 X_1 - 0.250 X_2 + 0.041 X_3 + 0.009 X_4$, besarnya pengaruh pada *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Mie Toree Klampis Surabaya. Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa variabel 1) *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan t hitung $11.840 > 1.661$ dan signifikansi $0.000 < 0.05$. 2) Kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan t hitung $-4.573 > -1.661$ dan signifikansi $0.000 < 0.05$. 3) Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan t hitung $0.584 < 1.661$ dan signifikansi $0.561 > 0.05$. 4) Lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan t hitung $0.587 < 1.661$ dan signifikansi $0.558 > 0.05$.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, dan Kepuasan Konsumen



ABSTRACT

This research is a quantitative study with data collection techniques conducted by distributing online questionnaires. The research utilized purposive sampling method, with a sample size of 100 customers who have made direct purchases at Mie Toree Klampis Surabaya restaurant, aged over 17 years old. The data was analyzed using SPSS version 25. The analysis showed that all statements from each variable in the questionnaire were valid, with r count $\geq r$ table of 0.1564, and all statements from each variable were reliable with a Cronbach's Alpha value of 0.60. The Multicollinearity test indicated that there was no multicollinearity between variables, with tolerance values ≥ 0.10 and $VIF \leq 10$. The result of the P. Plot of Regression test showed that the data used in this research was normally distributed and spread around the diagonal line. The heteroscedasticity test did not indicate any heteroscedasticity symptoms in the regression model. The multiple linear regression equation in this research is $Y = 0.666 + 0.494 X_1 + -0.250 X_2 + 0.021 X_3 + 0.009 X_4$, indicating the influence of Store Atmosphere, Service Quality, Price, and Location on Customer Satisfaction at Mie Toree Klampis Surabaya restaurant. The t -test analysis showed that: 1) Store Atmosphere significantly influenced customer satisfaction with a t count of $11.840 > 1.661$ and significance of $0.000 < 0.05$. 2) Service Quality negative and significantly influenced customer satisfaction with a t count of $-4.573 > -1.661$ and significance of $0.000 < 0.05$. 3) Price did not significantly influence customer satisfaction with a t count of $0.584 < 1.661$ and significance of $0.561 > 0.05$. 4) Location did not significantly influence customer satisfaction with a t count of $0.587 < 1.661$ and significance of $0.558 > 0.05$.

Keywords: Store Atmosphere, Service Quality, Price, Location, and Customer Satisfaction.

