

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
CGV MARVELL CITY SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH:
SAMUEL EKO HARSONO PUTRA
NPM :16110009

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2020**

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
CGV MARVELL CITY SURABAYA**

**Sebagai Salah Satu Persyaratan
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



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.



Oleh :

SAMUEL EKO HARSONO PUTRA

NPM :16110009

MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA

SURABAYA

2020



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Samuel Eko Harsono Putra
NPM : 16110009
Fakultas : Ekonomi
Prodi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh *Store Atmosphere* dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan CGV Marvell City Surabaya

Pembimbing

Tanggal : 12 Agustus 2020

(Thyophoida W.S.Panjaitan,M.M.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Tanggal : 12 Agustus 2020



(Lilik Indrawati.S.E.,M.M.)





LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN CGV MARVELL CITY SURABAYA

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan

Tim Pengaji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Dharma Cendika

Jurusan Manajemen

Pada Hari Tanggal Bulan Tahun 2020

Disusun oleh :

Nama : Samuel Eko Harsono Putra

NPM : 16110009

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Tim Pengaji:

Nama

1. Dr. Maria Widystuti, M.M.

2. Citra Anggraini Tresyanto, S.E, M.M.

3. Dr. Thyophida W.S.Panjaitan, M.M.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Samuel Eko Harsono Putra
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Alamat Asli : Kalijudan Taruna 2 no 70D, Surabaya
No Identitas (KTP) : 3515071905970004

Adalah merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal, working paper atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Skripsi (Tugas Akhir) ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah saya memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya termasuk pencabutan gelar kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggungjawab dan integritas.

Surabaya, 12 Agustus 2020

Hormat Saya,



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.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : “**Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan CGV Marvell City Surabaya**”.Proposal ini untuk memenuhi salah satu syarat wajib yang ditempuh penulis dalam menyelesaikan studi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Selama penelitian dan penyusunan laporan ini berjalan,penulis menyadari bahwa tidak luput dari banyak kendala yang dialami.Kendala tersebut dapat diatasi karena adanya bantuan dari banyak pihak yang terlibat didalamnya,oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Romo Dr.Y.Budi Hermanto,M.M. selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika.
2. Ibu Thyophoida W.S.Panjaitan,M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika dan Dosen Pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan maupun saran dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
3. Ibu Lilik Indrawati,S.E.,M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika.

4. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika yang telah memberikan pengetahuan dan pengajaran selama saya menjadi mahasiswa.
5. Seluruh Teman yang telah memberikan dukungan berupa moral dan semangat kepada saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
6. Semua pihak yang tidak dapat di sebutkan satu persatu yang telah mendukung dan membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir Skripsi

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih belum dari kata sempurna.Oleh dengan lapang hati penulis menerima segala kritik dan saran sehingga penulis bisa berkembang dikemudian hari.Akhir kata,penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.



LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pemasaran.....	7
2.1.2 Store Atmosphere.....	7
2.1.2.1 Pengertian Store Atmosphere.....	7
2.1.2.2 Elemen-elemen Store Atmosphere.....	8
2.1.2.3 Faktor-faktor mempengaruhi Store Atmosphere	10





2.1.2.4 Indikator Store Atmosphere	10
2.1.3 Harga	10
2.1.3.1 Pengertian Harga.....	10
2.1.3.2 Tujuan Penetapan Harga.....	11
2.1.3.3 Faktor-Faktor Mempengaruhi Harga	12
2.1.3.4 Indikator Harga	13
2.1.4 Kepuasan Konsumen.....	13
2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	13
2.1.4.2 Model Kepuasan Konsumen	14
2.1.4.3 Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	14
2.1.4.4 Indikator Kepuasan Konsumen	15
2.1.5 Loyalitas Pelanggan.....	15
2.1.5.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	15
2.1.5.2 Tipe Loyalitas Pelanggan.....	16
2.1.5.3 Alasan mempertahankan Pelanggan.....	16
2.1.5.4 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	16
2.2 Pengaruh Antara Variabel.....	17
2.2.1 Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	17
2.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	17
2.2.3 Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	17
2.2.4 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	17
2.2.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	18
2.3 Penelitian Terdahulu	18
2.3.1 Penelitian Terdahulu 1.....	18
2.3.2 Penelitian Terdahulu 2.....	19
2.3.3 Penelitian Terdahulu3.....	20



2.3.4 Penelitian Terdahulu 4.....	21
2.3.5 Penelitian Terdahulu 5.....	22
2.3.6 Penelitian Terdahulu 6.....	24
2.4 Kerangka Pemikiran	25
2.5 Kerangka Konseptual	26
2.5 Hipotesa	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Obyek Penelitian	28
3.2 Pendekatan Penelitian Dan Sumber Data.....	28
3.3 Variabel Penelitian	29
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	30
3.5 Populasi Dan Sampel	31
3.5.1 Populasi.....	31
3.5.2 Sampel	32
3.6 Metode.....	33
3.7 Uji Validitas Dan Reabilitas	33
3.7.1 Uji Validitas.....	33
3.7.2 Uji Reabilitas.....	33
3.8 Teknik Analisis Data	34
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	35
3.8.2 Analisis Inferensial.....	36
3.9 Pengujian Hipotesis.....	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	39
4.1.2 Logo Perusahaan.....	39
4.1.3 Tipe Auditorium.....	40

42. Deskriptif Responden.....	40
4.2.1 Profil Responden Bedasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.2.2 Profil Responden Bedasarkan Usia.....	41
4.2.3 Profil Responden Bedasarkan Pendidikan.....	42
4.2.4 Profil Responden Bedasarkan Pekerjaan.....	43
4.2.5 Profil Responden Bedasarkan Berapa Kali Nonton di CGV.....	44
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
4.3.1Uji Validitas.....	44
4.3.1Uji Reliabilitas.....	46
4.4Analisi Deskrptif.....	46
4.4.1Pernyataan responden terhadap <i>Store Atmosphere</i>	47
4.4.2Pernyataan responden terhadap Harga.....	48
4.4.3Pernyataan responden terhadap Kepuasan Pelanggan.....	50
4.4.4Pernyataan responden terhadap Loyalitas Pelanggan.....	51
4.5Analisis Inferensial.....	53
4.5.1 Persamaan struktural.....	53
4.5.2 Uji Validitas dan reabilitas(Outer Model).....	54
4.5.3 <i>Evaluasi Goodness of Fit</i> (Inner Model).....	56
4.6Pengujian Hipotesis.....	57
5.1Simpulan.....	61
5.2Saran.....	63

Daftar Pustaka

Lampiran





DAFTAR TABEL

3.1 Interval kelas.....	35
3.2 <i>Model Fit and Quality Indices</i>	38
4.1 Responden Bedasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.2 Responden Bedasarkan Usia.....	41
4.3 Responden Bedasarkan Pendidikan.....	42
4.4 Responden Bedasarkan Pekerjaan.....	43
4.5 Responden Bedasarkan Berapa Kali Nonton di CGV.....	44
4.6 Uji Validitas.....	45
4.7 Uji Reabilitas.....	46
4.8 Pernyataan Responden Terhadap <i>Store Atmosphere</i>	47
4.9 Pernyataan Responden Terhadap Harga.....	49
4.10 Pernyataan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	50
4.11 Pernyataan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	52
4.12 Combined Loading and Cross Loading.....	54
4.13 Composite Reliability Coeficients.....	55
4.14 Hasil <i>Model Fit and Quality Indices</i>	56
4.15 Hubungan Langsung Antar Variabel	57
4.16 Hubungan Tidak Langsung Antar Variabel	59

DAFTAR GAMBAR

2.2 Kerangka Konseptual.....	26
2.2 Logo Perusahaan.....	39
2.2 Hasil Kerangka Konseptual.....	53

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



DAFTAR Lampiran

Lampiran 1 Kuisioner penelitian.....
Lampiran 2 Data Hasil Kuisioner.....
Lampiran 3 Hasil uji validitas (SPSS).....
Lampiran 4 Hasil Output (Warp PLS 7.0).....

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



ABSTRAK

Industri film masih diminati masyarakat, sehingga bioskop sangat mudah di temui terutama untuk yang berada di *mall* latau pusat perbelanjaan Surabaya.Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* dan harga terhadap Kepuasan dan loyalitas Pelanggan CGV Marvell City Surabaya.Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebesar 96 responden yang pernah menonton di CGV Marvell City Surabaya sebanyak 2 kali.Pengolahan data menggunakan Program WarpPLS 7.0.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil sebagai berikut *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan dengan nilai p-value <0.01 dan koefisien jalur 0.309, *Store Atmosphere* berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas pelanggan dengan nilai p-value =0.311 dan koefisien jalur 0.050, Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan dengan nilai p-value <0.001 dan koefisien jalur 0.546, Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan dengan nilai p-value <0.001 dan koefisien jalur 0.31,Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan dengan nilai p-value <0.001 dan koefisien jalur 0.594,Kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi sangat berpengaruh antara *Store Atmosphere* terhadap Loyalitas pelanggan dengan nilai p-value 0.004 dan koefisien jalur 0.183.Kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi sangat berpengaruh antara Harga terhadap Loyalitas pelanggan p-value <0.001 dan koefisien jalur 0.324.

Kata Kunci: *Store atmosphere*, Harga, Kepuasan pelanggan, Loyalitas pelanggan



ABSTRACT

The film industry still in great demand by the public, so theaters are very easy to find, especially for those in malls or shopping centers in Surabaya. The purpose of this study was to determine the effect of Store Atmosphere and price on Customer Satisfaction and Loyalty of CGV Marvell City Surabaya. The sampling method used purposive sampling. with a total sample of 96 respondents who had watched CGV Marvell City Surabaya twice. Data processing used the WarpPLS 7.0 program.

Based on the research results, the following results showed that Store Atmosphere has a significant effect on customer satisfaction with a p-value <0.01 and a path coefficient of 0.309, Store Atmosphere has no significant effect on Loyalty. customers with p-value = 0.311 and path coefficient of 0.050, Price has a significant effect on customer satisfaction with a p-value <0.001 and a path coefficient of 0.546, Price has a significant effect on customer loyalty with a p-value <0.001 and a path coefficient of 0.31, Customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty with a p-value <0.001 and a path coefficient of 0.594, Customer satisfaction as a mediating variable has the greatest influence between Store Atmosphere on customer loyalty with a p-value of 0.004 and a path coefficient of 0.183. Customer satisfaction as a mediating variable has a significant effect between price and customer loyalty p-value <0.001 and a path coefficient of 0.324.

Key word: *Store atmosphere, Price, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

