

SKRIPSI

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *BRAND IMAGE*, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN MOI VILLAGE SURABAYA BARAT



Oleh:

Fransiscus Matius Joel Stanlie

201100007

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2024**

“PENGARUH STORE ATMOSPHERE, BRAND IMAGE, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN MOI VILLAGE SURABAYA BARAT”

SKRIPSI

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



Oleh:

Fransiscus Matius Joel Stanlie

NPM: 201100007

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2024**

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.



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Fransiscus Matius Joel Stanlie
NPM : 201100007
Fakultas : Ekonomi
Prodi : Manajemen Perhotelan
Judul : Pengaruh *Store Atmosphere*, *Brand Image*, Kualitas Pelayanan,
dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran
Moi Village Surabaya Barat.

Pembimbing

Tanggal: 9 Agustus 2024

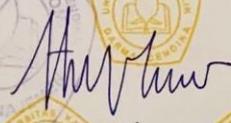


(RD. Dr. Yustinus Budi Hermanto, M.M.)

Mengetahui

Ketua Program Studi

Tanggal: 12-9-2024

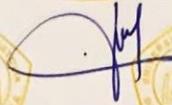


(Dr. Thyopoida W.S. Panjaitan, M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Fransiscus Matius Joel Stanlie
dengan NPM 201100007
Telah diuji pada 5 Agustus 2024
dinyatakan LULUS oleh

Ketua Tim Penguji



(Dr. Lilik Indrawati, M.M.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi


.....
(Dr. Lilik Indrawati, M.M.)

Ketua Program Studi


.....
(Dr. Thyphoida W.S. Panjaitan, M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH STORE ATMOSPHERE, BRAND IMAGE, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN MOI VILLAGE SURABAYA BARAT

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan

Tim Penguji Skripsi\Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika

Jurusan Manajemen

Pada Hari Senin Tanggal 12 Bulan 08 Tahun 2024

Disusun oleh :

Nama : FRANSISCUS MATUS JOEL STANLIE

NPM : 201100007

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tim Penguji

Nama

Ketua : Dr. Lilik Indrawati, M.M.

Anggota : Dr. V. Ratna Inggawati, S.E., M.M.

RD. Dr. Yustinus Budi Hermanto, M.M.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Fransiscus Matius Joel Stanlie
Fakultas / Prodi : Ekonomi / Manajemen Perhotelan
Alamat asli : International Village 1 B3-14A Citraland, Surabaya
(KTP/SIM) : 3578120105020003

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Pengaruh *Store Atmosphere*, *Brand Image*, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Moi Village Surabaya Barat

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 memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Apabila pada kemudian 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 termasuk pencabutan gelar kesarjanaan.

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

Surabaya, 9 Agustus 2024

Hormat Saya



Fransiscus Matius Joel Stanlie

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul: **“Pengaruh Store Atmosphere, Brand Image, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Moi Village Surabaya Barat”**. Skripsi ini dilaksanakan sebagai salah satu syarat kelulusan untuk meraih sarjana manajemen (S.M.) program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Selama masa penelitian, penyusunan, dan pembuatan penelitian skripsi, penulis menemui beragam kendala dan tidak luput dari kesalahan. Proses penyelesaian kendala tersebut mendapat banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, dengan penuh kerendahan hati, pada kesempatan ini kiranya penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Lilik Indrawati, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika sekaligus ketua penguji yang telah memberi kritik dan saran yang membangun dalam proses penyusunan skripsi.

2. Ibu Dr. Tyophoida W.S. Panjaitan, M.M. selaku Kepala Prodi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika.

3. Bapak Dr. Yustinus Budi Hermanto, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga, dan bantuan dalam membimbing dan memberi saran selama proses penyusunan skripsi.

4. Ibu Dr. V. Ratna Inggawati, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang telah memberi kritik dan saran yang membangun dalam proses penyusunan skripsi.

5. Keluarga saya yang selalu memberikan dukungan selama proses penyusunan skripsi.

6. Teman-teman saya yang senantiasa membantu dan memberi dukungan selama proses penyusunan skripsi.

Surabaya, 9 Agustus 2024

Penulis



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 <i>Store Atmosphere</i>	7
2.1.2 <i>Brand Image</i>	8
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.4 Kualitas Produk.....	10
2.1.5 Kepuasan Pelanggan.....	11
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	13
2.2.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	13
2.2.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	13
2.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	13
2.2.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	13
2.3 Penelitian Terdahulu	14
2.3.1 Sasmitha, <i>et al.</i> (2022).....	14
2.3.2 Fatimah, <i>et al.</i> (2022).....	14
2.3.3 Yansha dan Simajorang (2024).....	15
2.3.4 Trianti, <i>et al.</i> (2024).....	16
2.4 Rerangka Pemikiran	18

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





2.5 Kerangka Konseptual	19
2.6 Hipotesis.....	20
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Objek Penelitian	21
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data.....	21
3.2.1 Pendekatan Penelitian.....	21
3.2.2 Sumber Data	21
3.3 Variabel Penelitian.....	21
3.3.1 Variabel Bebas	21
3.3.2 Variabel Terikat.....	22
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	22
3.4.1 Definisi Operasional Variabel Bebas	22
3.4.2 Kepuasan Pelanggan (Y)	23
3.5 Populasi dan Sampel.....	23
3.5.1 Populasi.....	23
3.5.2 Sampel	23
3.6 Teknik Analisis Data.....	24
3.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	24
3.6.3 Teknik Analisis Data.....	25
BAB 4 HASIL PENELITIAN	28
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	28
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	30
4.2.1 Uji Validitas	30
4.3.2 Uji Reliabilitas	31
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	31
4.3.4 Analisis Deskriptif.....	33
4.3.5 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	38
4.3.6 Analisis Koefisien Determinasi	39
4.3.7 Uji Hipotesis (Uji t)	40
BAB 5 PENUTUP.....	44
5.1 Kesimpulan.....	44
5.2 Saran.....	44
5.2.1 Saran Bagi Moi Village Surabaya Barat (Manfaat Praktis).....	44
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya (Manfaat Teoritis).....	45

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pengalihan/pinjakan hak cipta dan hak lainnya, tanpa izin dari Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika, dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



DAFTAR PUSTAKA.....	45
LAMPIRAN 1.....	36
LAMPIRAN 2.....	39
LAMPIRAN 3.....	47
LAMPIRAN 4.....	48
LAMPIRAN 5.....	49
LAMPIRAN 6.....	50
LAMPIRAN 7.....	51
LAMPIRAN 8.....	52
LAMPIRAN 9.....	53
LAMPIRAN 10.....	56
LAMPIRAN 11.....	56
LAMPIRAN 12.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu – Sasmitha, <i>et al.</i> , (2022)	14
Tabel 2.2 Perbedaan Penelitian Terdahulu – Fatimah, <i>et al.</i> , (2022)	15
Tabel 2.3 Perbedaan Penelitian Terdahulu – Yansha dan Simajorang (2024)	16
Tabel 2.5 Perbedaan Penelitian Terdahulu – Trianti, <i>et al.</i> , (2024)	17
Tabel 3.1 Penentuan Skala Likert.....	24
Tabel 3.2 Range Interval Kelas	25
Tabel 3.3 Pedoman untuk memberi interpretasi koefisien determinasi	27
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas X1, X2, X3, X4, dan Y	30
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas X1, X2, X3, X4, dan Y	31
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas X1, X2, X3, X4, dan Y.....	31
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas X1, X2, X3, X4, dan Y.....	31
Tabel 4.5 Hasil Persentase Usia Responden	33
Tabel 4.6 Hasil Persentase Jenis Kelamin Responden.....	33
Tabel 4.7 Hasil Nilai Rata-Rata Store Atmosphere (X1).....	34
Tabel 4.8 Hasil Nilai Rata-Rata Brand Image (X2).....	35
Tabel 4.9 Hasil Nilai Rata-Rata Kualitas Pelayanan (X3).....	36
Tabel 4.10 Hasil Nilai Rata-Rata Kualitas Produk (X4).....	37
Tabel 4.11 Hasil Nilai Rata-Rata Kepuasan Pelanggan (Y).....	38
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	38
Tabel 4.13 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	39
Tabel 4.14 Hasil Uji t	40

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan penelitian pribadi. Segala bentuk pelanggaran di luar ini akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Rumah Makan/Restoran di Provinsi Jawa Timur Menurut Kabupaten/Kota, 2014-2018	2
Gambar 1.2 Distribusi dan Pertumbuhan Pdrb (Q-To-Q)	2
Gambar 1.3 Jumlah Pengunjung Moi Village 2024 dan 2023	3
Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran	18
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	19
Gambar 4.1 Logo Moi Village Surabaya Barat.....	28
Gambar 4.2 Layout Ballroom Moi Village Surabaya Barat.....	28
Gambar 4.3 Gedung Bagian Depan Moi Village Surabaya Barat.....	29
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	34
Gambar 4.5 Kurva Distribusi Uji t Store Atmosphere (X1)	43
Gambar 4.6 Kurva Distribusi Uji t Brand Image (X2).....	43
Gambar 4.7 Kurva Distribusi Uji t Kualitas Pelayanan (X3).....	44
Gambar 4.8 Kurva Distribusi Uji t Kualitas Produk (X4)	44

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pengutipan, pengalihan hak, atau tindakan yang melanggar hukum, dilarang.



ABSTRAK

Kebutuhan manusia akan sandang akan terus meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk. Hal ini membuat industri pengolahan makanan dan minuman seperti restoran menjadi salah satu bisnis yang menjanjikan karena selalu diminati oleh masyarakat dan memiliki peluang tinggi meraup keuntungan yang besar. Para pemilik bisnis restoran memerlukan strategi yang tepat untuk memberikan kepuasan pada para pelanggan sehingga dapat bersaing dengan restoran lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *store atmosphere*, *brand image*, kualitas pelayanan, dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di restoran Moi Village Surabaya Barat. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian di restoran Moi Village Surabaya Barat. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Data dalam penelitian ini diolah menggunakan SPSS versi 27. Hasil analisis data menunjukkan semua item pernyataan valid dengan r hitung $>$ r tabel sebesar 0,1966, dan semua variabel dinyatakan reliabel dengan nilai cronbach's Alpha $>$ 0,60. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan seluruh variabel berdistribusi normal, tidak terjadi gejala multikolinearitas, dan tidak heteroskedastisitas. Hasil persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah $Y = 2,070 + 0,185 X1 + 0,110 X2 + 0,101 X3 + 0,250 X4$. Besarnya pengaruh *store atmosphere*, *brand image*, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di restoran Moi Village Surabaya Barat berdasarkan *adjusted R* adalah 50%. Hasil uji t menunjukkan bahwa *store atmosphere* dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan *brand image* dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: *Store atmosphere*, *brand image*, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan



ABSTRACT

Human needs for clothing will continue to increase along with the increasing population. This makes the food and beverage processing industry such as restaurants one of the promising businesses because they are always in demand by the public and have a high chance of making big profits. Restaurant business owners need the right strategy to provide satisfaction to customers so that they can compete with other restaurants. The purpose of this study was to determine whether store atmosphere, brand image, service quality, and product quality affect customer satisfaction at the Moi Village restaurant in West Surabaya. The population of this study was all consumers who had made purchases at the Moi Village restaurant in West Surabaya. The number of samples used was 100 respondents. The data in this study were processed using SPSS version 27. The results of the data analysis showed that all statement items were valid with $r_{\text{count}} > r_{\text{table}}$ of 0.1966, and all variables were declared reliable with a Cronbach's Alpha value > 0.60 . The results of the classical assumption test showed that all variables were normally distributed, there were no symptoms of multicollinearity, and no heteroscedasticity. The results of the multiple linear regression equation in this study are $Y = 2.070 + 0.185 X_1 + 0.110 X_2 + 0.101 X_3 + 0.250 X_4$. The magnitude of the influence of store atmosphere, brand image, service quality, and product quality on customer satisfaction at the Moi Village restaurant, West Surabaya based on adjusted r^2 is 40%. The results of the t-test show that store atmosphere and product quality have a significant effect on customer satisfaction, while brand image and service quality do not affect customer satisfaction.

Keywords: Store atmosphere, brand image, service quality, product quality, and customer satisfaction

