



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, STORE LAYOUT DAN
INTERIOR DISPLAY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
ALFAMART WILAYAH KAMPUS JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh:

**Evan Sherli
NIM 12.10.411.271**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
JANUARI, 2017**

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Store Layout* dan *Interior Display* Terhadap Kepuasan Pelanggan Alfamart Wilayah Kampus Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 25 Januari 2017

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Trias Setyowati. SE., SH., MM
NPK 05 09 477

Anggota 1,

Anggota 2,

Seno Sumowo. SE., M.M
NPK 01 09 288

Yohanes GW. SE., MM
NPK 15 09 653

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Jurusan,

Dr. Arik Susbiyani, MSi
NPK 01 09 289

Maheni Ika Sari, SE., MM
NIP 19770 811 2005 01 2001

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Store Layout* dan *Interior Display* Terhadap Kepuasan Pelanggan Alfamart Wilayah Kampus Jember".

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Dr, Arik Susbiyani, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- b. Maheni Ika Sari, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- c. Seno Sumowo. SE., M.M, selaku dosen pembimbing I dan Yohanes GW. SE., MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. Trias Setyowati. SE., SH., MM, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
- e. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.

- f. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiannya yang tak terbatas. Terimakasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
- g. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
- h. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2012 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
- i. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, Januari 2017

Penyusun

Evan Sherli

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Konsep Manajemen Pemasaran	10
2.1.2 Pemasaran Jasa	11
2.1.3 Bisnis Retail	13
2.1.4 Pengertian Perilaku Konsumen	15
2.1.5 Kualitas Pelayanan	17
2.1.6 <i>Store Atmosphere</i>	20
2.1.7 Kepuasan Pelanggan	26
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Konseptual	32
2.4 Hipotesis Penelitian	32
BAB 3 METODE PENELITIAN	34
3.1 Identifikasi Variabel	34
3.2 Definisi Operasional Variabel	34
3.3 Desain Penelitian	36
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	37

3.5 Jenis Data	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data	39
3.7 Teknik Analisis Data	40
3.7.1 Uji Instrumen Data	40
3.7.2 Analisis Regresi Berganda	41
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	42
3.7.4 Uji Hipotesis	44
BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.1.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan	46
4.1.2 Visi, Misi dan Budaya	47
4.1.3 Struktur Organisasi	48
4.2 Jenis Data untuk Kebutuhan Analisis	50
4.2.1 Diskripsi Statistik Responden	50
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian.....	52
4.3 Analisis Data	58
4.3.1 Pengujian Instrumen Data	58
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda	60
4.3.3 Pengujian Asumsi Klasik	61
4.3.4 Pengujian Hipotesis	64
4.4 Pembahasan	67
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Faktor yang Menyebabkan Kepuasan Konsumen Alfamart	4
Tabel 1.2: Hasil Survey Kepada Pelanggan Alfamart di Wilayah Kampus Jember	7
Tabel 1.3: Observasi Pelanggan Alfamart di Wilayah Kampus Jember Tahun 2016.....	7
Tabel 2.1: Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1: Alamat Alfamart Wilayah Kampus Jember	38
Tabel 4.1: Jumlah Kuesioner	50
Tabel 4.2: Responden Menurut Umur	50
Tabel 4.3: Responden Menurut Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.4: Responden Menurut Tingkat Pendidikan	51
Tabel 4.5: Responden Menurut Lama Bekerja	51
Tabel 4.6: Tendensi Pusat pada Variabel Kualitas Pelayanan	52
Tabel 4.7: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	53
Tabel 4.8: Tendensi Pusat pada Variabel <i>Store Layout</i>	54
Tabel 4.9: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Store Layout</i>	54
Tabel 4.10: Tendensi Pusat pada Variabel <i>Interior Display</i>	55
Tabel 4.11: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Interior Display</i>	56
Tabel 4.12: Tendensi Pusat pada Variabel Kepuasan Pelanggan	57
Tabel 4.13: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan	57
Tabel 4.14: Hasil Pengujian Validitas	59
Tabel 4.15: Hasil Pengujian Reliabilitas	59
Tabel 4.16: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	60

Tabel 4.17: Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4.18: Hasil Uji F	65
Tabel 4.19: Hasil Uji t	65
Tabel 4.20: Hasil Uji Koefisien Determinasi	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	16
Gambar 2.2: Kerangka Konsep Penelitian	32
Gambar 4.1: Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
Gambar 4.2: Hasil Uji Normalitas	64

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Pengantar Kuesioner
- LAMPIRAN 2 : Petunjuk Pengisian Kuesioner
- LAMPIRAN 3 : Kuesioner Penelitian
- LAMPIRAN 4 : Rekapitulasi Kuesioner
- LAMPIRAN 5 : Frekuensi Pernyataan Responden
- LAMPIRAN 6 : Hasil Uji Validitas
- LAMPIRAN 7 : Hasil Uji Reliabilitas
- LAMPIRAN 8 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis
- LAMPIRAN 9 : Tabel r Product Moment, Tabel Distribusi F, dan Tabel Distribusi t