



**PENGARUH INTERIOR DISPLAY, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
SALON HITZ BANYUWANGI**



SKRIPSI

Oleh:

**Ayu Nilasari
NIM 1410411154**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2018**



**PENGARUH INTERIOR DISPLAY, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
SALON HITZ BANYUWANGI**

SKRIPSI

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

Oleh:

**Ayu Nilasari
NIM 1410411154**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
JULI, 2018**

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Pengaruh Interior Display, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Hitz Banyuwangi, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Senin

Tanggal : 16 Juli 2018

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

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

Anggota 1,

Anggota 2,

Drs. Akhmad Suharto, MP
NPK 89 06 242

Wahyu Eko. S. SE., MM
NPK 15 09 159

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Jurusan,

Dr. Arik Susbiyani, MSi
NPK 01 09 289

Drs. Anwar, MSc
NPK 85 03 125

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 Interior Display, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Hitz Banyuwangi".

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) 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:

1. Dr, Arik Susbiyani, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Drs. Anwar, MSc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Drs. Akhmad Suharto, MP, selaku dosen pembimbing I dan Wahyu Eko. S. SE., MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Trias Setyowati. SE., SH., MM, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
6. 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.

7. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
8. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2014 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
9. 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, Juli 2018

Penyusun

Ayu Nilasari

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	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Teori	7
2.1.1 Konsep Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Pengertian Perilaku Konsumen	8
2.1.3 Pemasaran Jasa	10
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	11
2.1.5 <i>Store Atmosphere</i>	16
2.1.6 Kepercayaan Pelanggan	21
2.1.7 Kualitas Pelayanan	24
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Konseptual	29
2.4 Hipotesis Penelitian	30
2.4.1 Pengaruh Interior Display terhadap Kepuasan Pelanggan	30
2.4.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan	30
2.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	31

BAB 3 METODE PENELITIAN	33
3.1 Identifikasi Variabel	33
3.2 Definisi Operasional Variabel	33
3.2.1 Interior Display (X1)	34
3.2.2 Kepercayaan (X2)	34
3.2.3 Kualitas Pelayanan (X3)	34
3.2.4 Kepuasan Pelanggan (Y)	34
3.3 Desain Penelitian	35
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	35
3.5.1 Populasi	35
3.5.2 Sampel	35
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel	36
3.5 Jenis Data	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data	37
3.7 Teknik Analisis Data	38
3.7.1 Statistik Deskriptif	38
3.7.2 Uji Instrumen Data	39
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	40
3.7.4 Uji Asumsi Klasik	41
3.7.5 Uji Hipotesis	42
 BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN	 45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1 Sejarah Berdirinya Usaha	45
4.1.2 Visi dan Misi Salon Hitz	46
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	46
4.1.4 Aspek Persoalia	48
4.1.5 Aspek Pemasaran	49
4.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	52
4.2.1 Deskripsi Statistik Responden	52
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian	54
4.3 Hasil Analisis Data	59
4.3.1 Pengujian Instrumen Data	59
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda	61
4.3.3 Pengujian Asumsi Klasik	63
4.3.4 Pengujian Hipotesis	65
4.3.5 Koefisien Determinasi	67
4.4 Pembahasan	68
4.4.1 Pengaruh Interior Display terhadap Kepuasan Pelanggan	68
4.4.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan	69

4.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	70
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73



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



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Bangun, Wilson. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Erlangga.
- Barnes, J. G. 2008. *Secrets of Customer Relationship Management*. Yogyakarta: Andi.
- Berman, Barry, and Joel R. Evans, 2007, *Retail Management*, New Jersey: Prentice Hall.
- Daryanto, dan Setyobudi, I. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Diza, Farah; Silcyljeova Moniharapon; dan Imelda W. J Ogi. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. FIFgroup Cabang Manado). *Jurnal EMBA 109 Vol.4 No.1 Maret 2016 ISSN 2303-1174*
- Fasochah dan Harnoto. 2013. Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada RS Darul Istiqomah Kaliwungu Kendal). *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi - ISSN 0853 – 8778 No. 34 / Th. XX / April 2013*
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Jakarta: Graha Ilmu
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Guspul, Ahmad. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo). *Jurnal PPKM UNSIQ I (2014) 40-54 ISSN: 2354-869X*

- Heruwasto, Ignatius dan Ratna Nur Fatimah. 2011. 'Customer Relationship (Hubungan Konsumen) Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan IM3, Three, Esia dan Flexi Manajemen Usahawan Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi. Vol 41 No. 1 Hal: 21-47*
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Jasfar, Farida. 2012. *9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management* 16 edition. New Jersey: Pearson.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Lita Prima, Ratni. 2009. Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Loyalitas Pelanggan. *Trikonomika, Vol 8, No 2, Desember 2009*.
- Lovelock, Chirstoper dan Jochen Wirtz. 2011. *Service Marketing*. New Jersey. USA: Pearson.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Nor Asiah Omar, Muhamad Azrin Nazri, Nor Khalidah Abu, Zoharah Omar. 2009. Parents' Perceived Service Quality, Satisfaction and Trust of a Childcare Centre: Implication on Loyalty, *International Review of Business Research Papers Vol. 5 No. 5 September 2009 Pp. 299-314*.
- Peelen, Ed. dan Rob Beltman. 2013. *Customer Relationship Management*, edisi ke-2, Pearson, USA.
- Peter, J. Paul and Jerry C. Olson. 2006. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. 4th ed. The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Sari, Netti Mulya dan Aditya Wardhana. 2015. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Roemah Kopi Bandung. *e-Proceeding of Management : Vol.2, No.3 Desember 2015 ISSN : 2355-9357*

- Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. 2010. *Consumer Behavior Tenth Edition*. Pearson Education.
- Sopiah dan Syihabudhin. 2008. *Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto, Andi. 2009. *Seluk Beluk E-Commerce*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CAPS.
- Sutedja, Wira. 2007. *Panduan Layanan Konsumen*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Tendean, Andi dan Arry Widodo. 2013. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Maja House Sugar & Cream Bandung)*. Jurnal Eproc. Vol 15 No. 04 Hal: 986
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, Andi.
- Yusmadi. 2015. *Bisnis Salon di Indonesia Sumbang Rp 1 Triliun Per Tahun*. Tribunnews. <http://aceh.tribunnews.com/2015/10/07/bisnis-salon-di-indonesia-sumbang-rp-1-triliun-per-tahun>
- Zeithaml, Valarie A. dan Mary Jo Bitner. 2008. *Service Marketing*. The McGraw Hill Companies, Inc.