

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI SWALAYAN BRAVO
BOJONEGORO**

SKRIPSI



Oleh:

NAMA : MUHAMMAD MUSTAJAB

NIM : 201110160311280

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2017

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat serta hidayat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Skripsi yang berjudul ***“Penerapan Metode Quality Function Deployment (QFD) Untuk Peningkatan Kualitas Produk Minuman Sari Apel”*** disusun untuk memenuhi serta melengkapi syarat memperoleh gelar Kesarjanaan di bidang Teknik, program studi Teknik Industri pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis berusaha memberi sebaik mungkin namun demikian, penulis menyadari akan kemampuan dan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ir. Sudarman, MT selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Ilyas Masudin, Ph.D selaku Ketua Jurusan Industri Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Ir. Muhammad Lukman, MT, selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah sudi meluangkan waktunya untuk mengoreksi serta memberikan petunjuk yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini.

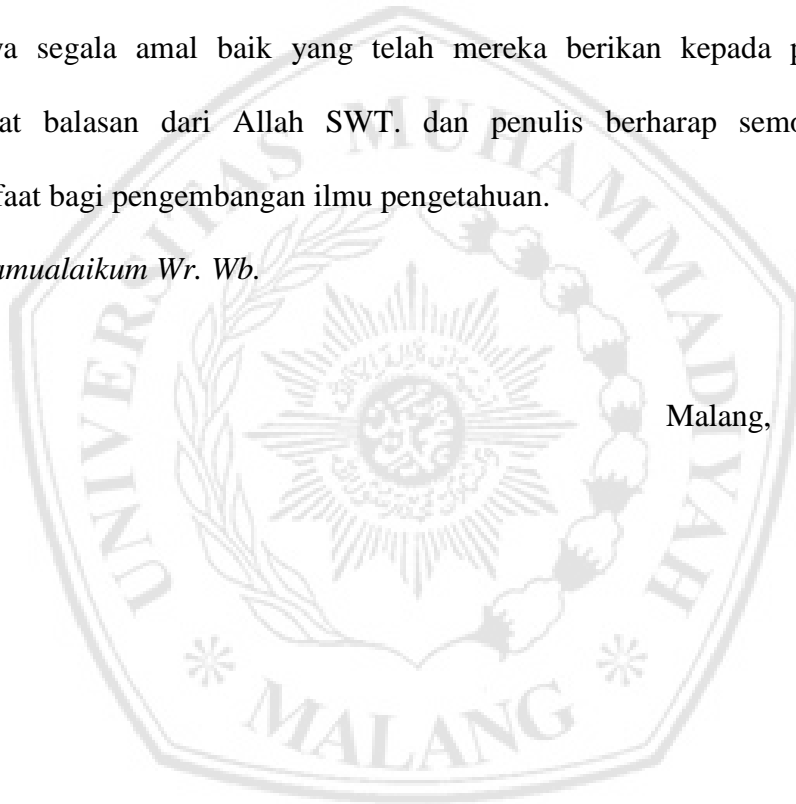
4. Shanty Kusuma Dewi, ST, MT, selaku Dosen Pembimbing Kedua yang penuh kesabaran telah memberikan bimbingan serta petunjuk hingga selesainya penulisan skripsi ini.
5. Rekan-rekan yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Akhirnya segala amal baik yang telah mereka berikan kepada penulis semoga mendapat balasan dari Allah SWT. dan penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Malang, 5 Pebruari 2017

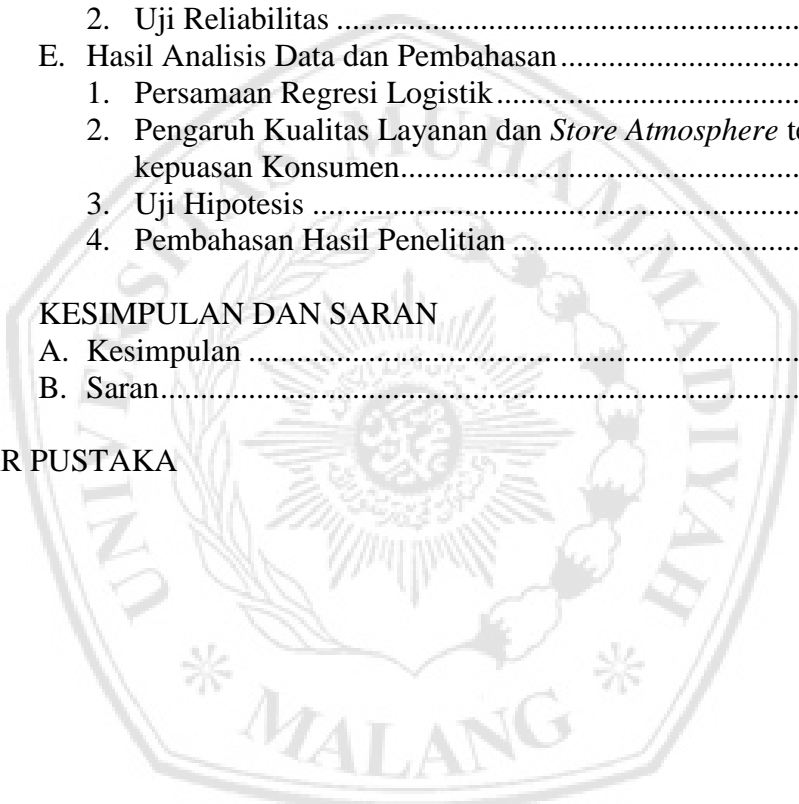
Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
KARTU KENDALI KONSULTASI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu.....	9
B. Kajian Pustaka.....	10
1. Kepuasan Konsumen.....	10
2. Faktor-faktor Yang Menentukan Tingkat Kepuasan pelanggan.....	12
3. Kualitas Layanan.....	13
4. <i>Store Atmosphere</i>	15
5. Hubungan antara Kualitas Layanan, <i>Store Atmosphere</i> dan Kepuasan Konsumen.....	25
C. Kerangka pemikiran.....	27
D. Hipotesis.....	28
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Tempat Penelitian.....	30
B. Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	30
C. Teknik Pengumpulan Data.....	31
D. Variabel, dan Definisi Operasional Variabel.....	31
E. Populasi dan Sampel.....	33
F. Teknik Pengukuran Data.....	34
G. Pengujian Instrumen Pengumpulan Data.....	35
H. Analisis Data.....	39

BAB IV.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A.	Gambaran Umum Perusahaan.....	43
1.	Sejarah Singkat Perusahaan	43
2.	Visi Dan Misi Perusahaan.....	44
B.	Gambaran Karakteristik Responden	46
C.	Diskripsi Jawaban Responden.....	52
D.	Uji Validitas dan Reliabilitas	60
1.	Uji Validitas	60
2.	Uji Reliabilitas	62
E.	Hasil Analisis Data dan Pembahasan.....	63
1.	Persamaan Regresi Logistik.....	60
2.	Pengaruh Kualitas Layanan dan <i>Store Atmosphere</i> terhadap kepuasan Konsumen.....	65
3.	Uji Hipotesis	66
4.	Pembahasan Hasil Penelitian	68
BAB V.	KESIMPULAN DAN SARAN	
A.	Kesimpulan	70
B.	Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA		



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka pikir..... 28



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Swalayan Bravo Tahun 2015.....	6
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3.1 Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X_1).....	37
Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X_2)	37
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	49
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	51
Tabel 4.6 Diskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Layanan (X_1).....	52
Tabel 4.7 Diskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X_2).....	57
Tabel 4.8 Diskripsi Jawaban Responden Tentang Kepuasan Konsumen (Y).....	55
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X_1) dan <i>Store Atmosphere</i> (X_2).....	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.11 Koefisien Regresi Logistik.....	63
Tabel 4.12 <i>Classification Table</i>	64

Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis I..... 66

Tabel 4.15 Hasil Pengujian Hipotesis II 67



DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, Payne. 2006. *Service Marketing Pemasaran Jasa*. Yogyakarta.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Berman, Barry dan Evans, Joel R. 2004. *Retail Management A Strategic Approach. Ninth Editon*. New Jersey: Pearson Education International
- Chacha Puspa Youlandha, 2011. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Kepuasan konsumen Karaoke Keluarga Happy Puppy di Jember*
- Dody Febri Aryadi, 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*
- Engel, James F., Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard. 2001. *Perilaku Konsumen*. Terjemahan F.X. Budianto. Jakarta : Binarupa Aksara
- Euis Heryati, 2015. *Kualitas Layanan, Store Atmosfir, Private Brand Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hypermart Puri Jakarta*
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Jakarta: Graha Ilmu
- Gasperz, Vincent, 2002, *Total Quality Management*, PT. Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.
- Kotler, Philip, dialihbahasa oleh Hendra Teguh, Tonny A. Rusli, dan Benjamin Molan. 2000. *Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip, 2000, *ManajemenPemasaran: Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*,Prehallindo: Jakarta.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip-PrinsipPemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kotler. P & Keller. 2009.*ManajemenPemasaranEdisi 13*. Jakarta: Erlangga.

- Levy & Weitz, 2001. *Retailing Management*, 4th edition. New York: Mc.Graw Hill, Irwin
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek)*. Edisi Pertama. Penerbit Salemba Empat, Depok.
- Mowen, John, C., dan Minor, M., (2002), *Perilaku Konsumen Jilid 1*, Edisi Kelima (terjemahan), Erlangga, Jakarta
- Peter, J. Paul & Jerry C. Olson. (1999). *Consumer Behavior, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid kedua, Edisi Keempat. Terjemahan Damos Sihombing dan Peter Remy Yossi Pasla. Jakarta: Erlangga.
- Robbins, Stephen P. 2001. *Perilaku Organisasi*, Edisi 8. Prentice Hall, Jakarta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. CV. Alfabeta: Bandung.
- Sutisna dan Pawitra. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT Remaja Sisdakarya
- Tjiptono, Fandi. 2000. *Manajemen jasa*, Edisi Pertama. Andi offset, Yogyakarta
- _____. 2008, *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.
- Widayat & Amirullah, 2002, *Riset Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Widayat. 2004. *Metode Penelitian Pemasaran* Edisi Pertama: Cetakan Pertama. UMM Press. Malang..
- Zeithaml, Valerie, Bitner & Gremler. 2003 *Services Marketing – Integrating Customer Focus Across the Firm Third Edition*. New York: McGraw Hill.
- Zeithmal A Valerie, dan Marry Jo Bitner. 2008. *Service Marketing*. The McGraw Hill Companies, Inc