

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG
ASELA KABUPATEN SAMPANG MADURA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Disusun Oleh:

MEGA RAHMAWATI
1121600069

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2020**

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG
ASELA KABUPATEN SAMPANG MADURA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Skripsi Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Disusun Oleh :

MEGA RAHMAWATI

1121600069

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2020

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : **Mega Rahmawati**

NPM : **1121600069**

Judul : **Pengaruh *Store Atmosphere* dan Harga Terhadap
Kepuasan Konsumen Pada Warung Asela
Kabupaten Sampang Madura**

Surabaya, 10 Juli 2020

Mengetahui,

Disetujui oleh,

Dekan
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dosen Pembimbing


Dr. Endro Tjahjono, MM


Dr. Endro Tjahjono, MM

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana pada tanggal 07 Juli 2020.

Dewan Penguji

1. Dra. Awin Mulyati, MM

()

2. Drs. Ute Chairuz M. Nasution, MS

()

3. Dr. Rachmawati Noyaria, MM

()

Mengesahkan,

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,


Dr. Endro Tjahjono, MM

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Mega Rahmawati
NPM : 1121600069
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Store Atmosphere* dan Harga Terhadap
Kepuasan Konsumen Pada Warung Asela Kabupaten
Sampang Madura

Menyatakan:

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkannya dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak menantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 28 Juli 2020
Yang membuat pernyataan





UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. Semolowaru 45 Surabaya

Tlp. 031 593 1800 (ex.311)

Email : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mega Rahmawati
NBI : 1121600069
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul :

"PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG ASELA KABUPATEN SAMPANG MADURA"

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal :

Yang Menyatakan,



(Mega Rahmawati)

MOTTO

“Allah tidak membandi seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya“

(Q.S Al-Baqarah 2:286)

“Bila harimu terasa berat, apapun yang kamu hadapi sekarang pasti bisa diselesaikan, karna allah sudah mengatur hidup kita sesuai kesanggupan”

(Mega Rahmawati)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk

1. Orang tua saya, terima kasih untuk setiap doa dan motivasi yang selalu dipanjatkan dan mendukung terima kasih telah memberikan segalanya demi tercapainya kuliah ini tanpa kedua orang tua saya tidak bisa apa-apa dan tidak bisa menyelesaikan skripsi saya. Insya allah kelak semoga saya bisa menjadi apa yang orang tua harapkan dan selalu bisa membahagiakan orang tua.
2. Almamater yang saya cintai dan banggakan, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

ABSTRAK

Perkembangan dunia usaha di Indonesia semakin lama semakin meningkat, terbukti dari semakin banyaknya perusahaan yang berdiri dan bergerak di berbagai usaha, termasuk di dalamnya usaha kuliner seperti bisnis Warung Asela semakin menjamur tiap tahunnya. *Store Atmosphere* merupakan salah satu faktor penentu harga terhadap tingkat kepuasan konsumen. Penelitian ini mencoba untuk menjelaskan pengaruh *store atmosphere* dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Warung Asela Kabupaten Sampang

Peneliti ini menggunakan metode kuantitatif dengan penelitian survei menggunakan kuisioner sebagai instrumennya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah ke Warung Asela Kabupaten Sampang. Sampel penelitian ini menggunakan metode *non-probabilty* (pengambilan sampel secara tidak acak) dengan menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling berjumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu *store atmosphere* dan harga mempunyai pengaruh positif variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

Kata kunci : *store atmosphere*, harga dan kepuasan konsumen

ABSTRACT

The development of the business world in Indonesia is increasingly increasing, as evidenced by the increasing number of companies that stand and move in various businesses, including culinary businesses such as the Warung Asela business that is mushrooming every year. Store Atmosphere is one of the determining factors in the price of customer satisfaction. This study tries to explain the effect of store atmosphere and price on consumer satisfaction at Warung Asela Sampang Regency

This researcher uses a quantitative method with survey research using a questionnaire as an instrument. The population in this study are consumers who have been to Warung Asela Sampang Regency. The sample of this study used a non-probability method (non-random sampling) using a purposive sampling technique totaling 100 respondents. The data analysis technique used is multiple regression analysis.

The results of this study indicate that all independent variables namely store atmosphere and price have a positive influence on the dependent variable, namely customer satisfaction.

Keywords: *store atmosphere, price and customer satisfaction*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan petunjuk-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere* dan Harga terhadap kepuasan konsumen pada Warung Asela Kabupaten Sampang Madura”.

Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan program pendidikan strata satu jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam proses pembuatan skripsi ini, Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dukungan, dan saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, kemudahan serta kelancaran.
2. Kedua orang tua yang selalu mendoakan, menyemangati.
3. Bapak Dr. Endro Tjahjono,MM selaku pembimbing pertama serta ibu Dra. Awin Mulyati,MM selaku dosen pembimbing kedua yang selalu meluangkan waktu, tenaga untuk memberikan bimbingan kepada saya.
4. Sahabat elfira yang selalu meluangkan waktu untuk memberikan arahan motivasi dan semangat untuk lekas menyelesaikan skripsi ini.
5. Andre Nurbiantoro yang sudah menemani dan selalu mendoakan memberikan dukungan dan saling tukar cerita susah maupun senang
6. Sahabat seperti saudara Komariyah, Maryam, Dahliya, Nur Azizah, Latifah yang selalu mendorong untuk lekas menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk sahabat/i Organisasi yang selalu memberikan arahan serta semangat, motivasi dan selalu sabar menampung segala keluh kesah saya
8. Teman-teman seperjuangan skripsi Sawadil, Rosyid, Angga, Aga, Indah, Aul, Meme dan teman sepekerjaan Nanet, Linda, Juvent, Ade yang selalu kompak untuk saling menyemangati
9. teman-teman seangkatan Administrasi Bisnis 2016 yang lulus lebih awal terutama Dena, Wulan, Pinky yang selalu memberikan semangat

10. para responden yang meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner saya
11. seluruh pihak yang terlibat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang selalu memberikan semangat serta mendukung demi kelancaran penulis skripsi saya.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan pada pembuatan skripsi ini. Oleh karena itu, Penulis mengharapkan adanya kontribusi positif berupa saran kritik yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta wawasan bagi pembaca dan pihak lain yang berkepentingan.

Surabaya, Juni 2020

Penulis,

Mega Rahmawati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Masalah.....	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4
1.5 Sistematika Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Landasan Teori.....	8
2.2.1 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	8
2.2.2 Unsur - Unsur Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	9
2.2.3 <i>Store Atmosphere</i>	9
2.2.4 Harga.....	12
2.2.5 Kepuasan Konsumen	21
2.4 Hipotesis	26
2.5 Definisi Konsep & Operasional	26
2.5.1 Defiisi Konsep	26
2.5.2 Definisi Operasional	27

BAB III	METODE PENELITIAN	29
	3.1 Rancangan Penelitian.....	29
	3.2 Subjek Penelitian	29
	3.3 Populasi dan Sample	29
	3.3.1 Populasi.....	29
	3.3.2 Sampel	30
	3.4 Skala Pengukuran.....	31
	3.4.1 Pengukuran penelitian.....	31
	3.4.2 Instrumen penelitian.....	31
	3.5 Analisa Data.....	32
	3.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	32
	3.5.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	34
	3.5.3 Uji Hipotesis	34
BAB IV	PENYAJIAN DATA, ANALISIS DAN PEMBAHASAN	37
	4.1 Penyajian Data	37
	4.2 Gambaran Umum Responden	39
	4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
	4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
	4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
	4.3 Uji Validitas dan Realibilitas	40
	4.3.1 Uji Validitas	40
	4.4 Skala Pengukuran.....	42
	4.5 Hasil Tabulasi Data.....	43
	4.5.1 Tabulasi Jawaban Responden.....	53
	4.6 Analisis Data.....	57
	4.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	57
	4.6.2 Analisis Regresi linier Berganda.....	61
	4.7 Teknik Pengujian Hipotesis	62
	4.7.1 Uji simultan (Uji F).....	62
	4.7.2 Uji Parsial (Uji t).....	63
	4.7.3 Uji koefisien Determinasi (R^2).....	64
	4.8 Pembahasan.....	64
BAB V	PENUTUP.....	67
	5.1 Kesimpulan	67
	5.2 Rekomendasi.....	67
	DAFTAR PUSTAKA	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	5
Tabel 3.1 Penilaian Skala Likert	31
Tabel 4.1 Responden berdasarkan jenis kelamin	39
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan usia.....	39
Tabel 4.3 Responden berdasarkan pekerjaan	40
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Validitas	41
Tabel 4.5 Hasil Uji Realibilitas	42
Tabel 4.6 Interval rata-rata	43
Tabel 4.7 Hasil Tabulasi Variabel Store Atmosphere	43
Tabel 4.8 Hasil Tabulasi Variabel Harga	46
Tabel 4.9 Hasil Tabulasi Variabel Kepuasan Konsumen.....	50
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Jawaban dan Nilai Mean atas variabel Store Atmosphere (X1).....	53
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden dan Nilai Mean atas Variabel Harga (X2).....	56
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden dan Nilai Mean atas Variabel Kepuasan Konsumen	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolonieritas.....	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi.....	60
Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Linier Berganda	61
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	62
Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial (Uji t)	63
Tabel 4.18 Uji Determinasi (R^2).....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4.1 Suasana Warung Asela	37
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Warung Assela.....	38
Gambar 4.3 Uji Model Histogram.....	58
Gambar 4.4 Uji Normalitas Data.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Keterangan Penelitian	71
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian	72
Lampiran 3	Tabulasi Data Variabel Store Atmosphere (X1)	75
Lampiran 4	Tabulasi Data Variabel Harga (X2)	78
Lampiran 5	Tabulasi Data Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	81
Lampiran 6	Tabulasi Karakteristik Responden	85
Lampiran 7	Uji Validitas	88
Lampiran 8	Uji Reabilitas.....	91
Lampiran 9	Uji Asumsi Klasik.....	92
Lampiran 10	Uji Analisis Linier Berganda	95
Lampiran 11	Suasana Warung Asela.....	96
Lampiran 12	Kartu Bimbingan.....	99
Lampiran 13	Bukti Perbaikan Perintah Revisi Sidang Skripsi	101
Lampiran 14	Hasil Uji Turnitin	101