

SKRIPSI

**PENGARUH ATMOSFER TOKO, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus Pada Konsumen Toko Tas Elizabeth Mojokerto)**



Oleh :

FAIZATUL ULUMIYAH
NBI : 1211600119

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2020

SKRIPSI

**PENGARUH ATMOSFER TOKO, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus pada Konsumen Toko Tas Elizabeth Mojokerto)**



Oleh :

FAIZATUL ULUMIYAH

NBI: 1211600119

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2020**

PENGARUH ATMOSFER TOKO, BRAND IMAGE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus pada Konsumen Toko Tas Elizabeth Mojokerto)

SKRIPSI

Di ajukan untuk memenuhi persyaratan guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh:
Faizatul Ulumiyah
NBI : 1211600119

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2020

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Faizatul Ulumiyah
NBI : 1211600119
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Atmosfer Toko, *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Tas Elizabeth Mojokerto)

Surabaya, 28 Januari 2020
Mengetahui/Menyetujui
Pembimbing,



Dr. Tri Andjarwati, MM

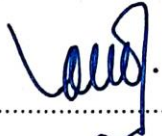
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal :
10 Januari 2020

TIM PENGUJI :

TANDA TANGAN

1. Dr. Tri Andjarwati, MM. - Ketua
2. Drs. Ec. Mataji, MM. - Anggota
3. Dra. Yulyar Kartika W, MM . - Anggota



.....



.....



.....

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan,



Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Faizatul Ulumiyah (P)
2. NBI : 1211600119
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3516115605980001
6. Alamat Rumah (KTP) : Ds. Kenanten 02/01, Kec. Puri, Kab. Mojokerto

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

“ PENGARUH ATMOSFER TOKO, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus pada Konsumen Toko Tas Elizabeth Mojokerto) ”

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fak.Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 06 Januari 2020
Yang Membuat,



(Faizatul Ulumiyah)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

*Jawaban sebuah keberhasilan adalah terus belajar dan tak kenal putus asa.
Segala sesuatu yang bisa kau bayangkan adalah nyata.*

*Kupersembahkan skripsi ini untuk
Kedua orang tuaku Bapak Kasan Ibnu dan Ibu Lilik Alfiyati,
Adik ku tercinta Aida Fauziah,
Dosen pembimbing dan dosen penguji
Sahabat-sahabatku yang selalu mendukungku disetiap langkahku
Serta untuk Almamaterku*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada :

1. Dra. Tri Andjarwati, MM. selaku Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterimakasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian dan telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Kedua orang tuaku yang telah memberikan semangat, doa, serta motivasi yang tinggi untuk mendorong anaknya sekolah hingga jenjang pendidikan yang lebih tinggi sebagai bekal transformasi keluarga untuk menjadi yang lebih baik. Adik saya, Aida yang saling selalu memberikan semangat dan doanya kepada saya.
6. Seluruh sahabat dan rekan seperjuangan saya, yang telah banyak membantu, memberikan semangat, doa dan bantuan dalam menjalani proses perkuliahan di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan menjadi penyemangat saya, I love you so much.

7. Seseorang yang pernah mengajarku proses kehidupan yang harus disikapi dengan kesabaran dan semangat.
8. Seluruh staff dan karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
9. Teman-teman Program Sarjana Ekonomi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Angkatan 2016.

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak cacat cela dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya, ilmu pengetahuan dan masyarakat. Terima kasih.

Surabaya, 06 Januari 2020

Penulis

ABSTRAK

Industri *fashion* di Indonesia berkembang pesat. Toko *fashion* atau industri *fashion* terus berkembang dengan membuka lebih gerai baru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Atmosfer Toko, *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening di Toko Tas Elizabeth Mojokerto.

Penelitian ini menggunakan metode *Partial Least (PLS)* dengan program SmartPLS. Populasi yang digunakan adalah konsumen yang pernah membeli produk di Toko Tas Elizabeth Mojokerto. Sedangkan sampel data dipilih dengan *accidental sampling*. Data primer dalam penelitian ini dihasilkan dari distribusi kuesioner yang disebar ke 110 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara atmosfer toko terhadap kepuasan konsumen. (2) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara atmosfer toko terhadap minat beli ulang. (3) Terdapat hubungan yang positif tetapi tidak signifikan antara *brand image* terhadap kepuasan konsumen. (4) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *brand image* terhadap minat beli ulang. (5) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. (6) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang. (7) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang.

Kata kunci : Atmosfer Toko, *Brand Image*, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang

ABSTRACT

Fashion industry in Indonesia is growing rapidly. Fashion shop or fashion industries continued to expand by opening more new outlets. Purpose of this study are to determine the influence of Store Atmosphere, Brand Image and Service Quality Toward Repurchase Interest with Customer Satisfaction as an intervening variable at Toko Tas Elizabeth Mojokerto.

This study was analyzed by using a Partial Least Square (PLS) with SmartPLS. The data population was all Elizabeth's consumer. Than data sample was chosen by accidental sampling. In collecting the data, the study analyzed primary data generated from the distribution of questionnaires from 110 respondents that consumers who buy the product at Toko Tas Elizabeth Mojokerto. This research has conducted on November 2019.

The analysis showed that : (1) Store atmosphere has positive influence on customer satisfaction. (2) Store atmosphere has positive influence on repurchase interest. (3) Brand image has a positive but not significant relationship to consumer satisfaction. (4) Brand image has a positive influence on repurchase interest. (5) Service quality has a positive influence on consumer satisfaction. (6) Service quality has a positive influence on repurchase interest. (7) Consumer satisfaction has a positive influence on repurchase interest.

Keywords: Store Atmosphere, Brand Image, Service Quality, Consumer Satisfaction and Repurchase Interest

RINGKASAN

Salah satu bisnis yang terpengaruh oleh gaya hidup masyarakat adalah bisnis *fashion*. Perubahan gaya hidup masyarakat tentunya terjadi bukan tanpa alasan, karena disetiap ada perubahan kita dituntut untuk mengikuti arus tersebut, karena jika tidak kita akan tertinggal. Saat ini perkembangan *tren* dan *fashion* berkembang sangat pesat. Sehingga semakin luasnya peluang usaha dibidang *fashion* menjadi tantangan bagi pebisnis ritel.

Dengan meningkatnya minat masyarakat dalam bidang *fashion*, menjadikan toko *fashion* semakin banyak di Kota Mojokerto, salah satunya adalah Toko Tas Elizabeth. Meskipun Toko Tas Elizabeth memiliki *image* baik dimata konsumen dan merupakan salah satu *Top Brand* di Indonesia, namun omset penjualan tiap tahunnya tidak stabil. Di Mojokerto Toko Tas Elizabeth harus mampu bersaing dengan peritel lainnya dalam mempertahankan dan memperebutkan konsumen. Perusahaan harus terus berinovasi dalam menjalankan strategi bisnisnya.

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Toko Tas Elizabeth yang pernah membeli produk dari toko tersebut. Sampel dari penelitian ini sebanyak 110 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner. Metode analisis data menggunakan *partial least square (PLS)*. Dan menggunakan program SmartPLS dalam penyelesaiannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara atmosfer toko terhadap kepuasan konsumen. (2) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara atmosfer toko terhadap minat beli ulang. (3) Terdapat hubungan yang positif tetapi tidak signifikan antara *brand image* terhadap kepuasan konsumen. (4) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *brand image* terhadap minat beli ulang. (5) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. (6) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang. (7) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang.

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti memiliki beberapa saran bagi Toko Tas Elizabeth untuk meningkatkan *brand image* nya yaitu dengan cara memberikan penawaran unik suatu produk, aktivitas yang berulang dan konsisten misalnya dalam hal *sponsorship*. Agar konsumen dapat selalu mengingat *brand* Elizabeth dan merasa puas.

DAFTAR ISI

Sampul Luar	i
Sampul Dalam	ii
Lembar Pengesahan Pembimbing	iii
Lembar Pengesahan Tim Penguji	iv
Lembar Surat Pernyataan Anti Plagiat	v
Lembar Pernyataan Persetujuan Publikasi	vi
Lembar Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Abstrak	x
<i>Abstract</i>	xi
Ringkasan	xii
Daftar Isi	xiii
Daftar Gambar	xvi
Daftar Tabel	xvii
Daftar Lampiran	xviii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	5
2.1.1 Pemasaran	5
2.1.2 Bauran Pemasaran	7
2.1.3 Perilaku Konsumen	9
2.1.4 Minat Beli Ulang	10
2.1.5 Kepuasan Konsumen	11

2.1.6 Atmosfer Toko	14
2.1.7 <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	15
2.1.8 Kualitas Pelayanan	17
2.1.9 Penelitian Terdahulu.....	20
2.2 Hubungan Antar Variabel	29
2.2.1 Hubungan Atmosfer Toko Terhadap Kepuasan Konsumen	29
2.2.2 Hubungan Atmosfer Toko Terhadap Minat Beli Ulang	30
2.2.3 Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	30
2.2.4 Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli Ulang.....	31
2.2.5 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	31
2.2.6 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang	32
2.2.7 Hubungan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang	32
2.3 Kerangka Konseptual	33
2.4 Hipotesis	33

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian.....	35
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	35
3.3 Jenis dan Sumber Data... ..	35
3.3.1 Jenis Data.....	35
3.3.2 Sumber Data.....	36
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	37
3.6.1 Definisi Variabel . . .	37
3.6.2 Definisi Operasional Variabel.....	38
3.7 Proses Pengolahan Data.	42
3.8 Metode Analisis Data	42
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data.....	43

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	48
4.2 Analisis Data.....	49
4.2.1 Pengujian <i>Outer Model</i>	50
4.2.2 Pengujian <i>Inner Model</i>	54
4.3 Pengujian Hipotesis.....	56
4.4 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian.....	58
4.5 Pengaruh Tidak Langsung	61
4.6 Implikasi Penelitian.....	61
4.7 Keterbatasan Penelitian ..	62

BAB V : PENUTUP

5.1 Simpulan.....	63
5.2 Saran.....	64
Daftar Pustaka	65
Lampiran	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rincian Marketing Mix	8
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	33
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	48
Gambar 4.1 Model Struktural.....	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Omset Penjualan Toko Tas Elizabeth Mojokerto.....	3
Tabel 1.2 Top Brand Produk Tas Wanita di Indonesia	3
Tabel 3.1 Skala Likert	40
Tabel 4.1 <i>Outer Loading</i>	50
Tabel 4.2 Nilai <i>Discriminant Validity</i>	51
Tabel 4.3 <i>Composite Reability dan AVE</i>	52
Tabel 4.4 <i>Collinearity Statistic (VIF)</i>	53
Tabel 4.5 Nilai <i>R-Square</i>	54
Tabel 4.6 <i>Result for Inner Weight</i>	55
Tabel 4.7 <i>Indirrect Effect</i>	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	67
Lampiran 2. Hasil Tanggapan Responden.....	71
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	73
Lampiran 4. Outer Model.....	74
Lampiran 5. Inner Model	76
Lampiran 6. Uji Multikolinieritas	77
Lampiran 7. Pengujian Hipotesis	78
Lampiran 8. Kartu Bimbingan.....	79
Lampiran 9. Surat Ijin Penelitian.....	80
Lampiran 10. Surat Balasan Permohonan Ijin Penelitian.....	81
Lampiran 11. Hasil Turnitin	82