

## **ABSTRAK**

Penelitian bermaksut untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *Store Atmosphere, Buying Decision, Customer Attitude* terhadap *Customer Satisfaction* jasa JalanJalan.id *Tour & Travel* di Gresik. Teknik pengambilan sampel *accidental sampling* dengan sampel sebanyak 112 responden. Analisis data, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Customer Satisfaction* memiliki hitung sebesar 8,772 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ). *Buying Decision* terhadap *Customer Satisfaction* memiliki hitung sebesar 2,962 dengan nilai signifikan sebesar 0,004 ( $0,004 < 0,05$ ). *Customer Attitude* terhadap *Customer Satisfaction* memiliki hitung sebesar -1,141 dengan nilai signifikan sebesar 0,256 ( $0,256 > 0,05$ ). Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *Store Atmosphere* dan *Buying Decision* memiliki pengaruh terhadap *Customer Satisfaction* secara parsial. Sedangkan *Customer Attitude* terhadap *Customer Satisfaction* tidak berpengaruh. Uji f diketahui bahwa *Store Atmosphere, Buying Decision & Customer Attitude* secara simultan berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* jasa JalanJalan.id *Tour & Travel* di Gresik.

Kata Kunci: *Store Atmosphere, Buying Decision, Customer Attitude, Customer Satisfaction.*

## ABSTRACT

*This study aims to determine and analyze the effect of Store Atmosphere, Buying Decision, Customer Attitude on Customer Satisfaction JalanJalan.id Tour & Travel services in Gresik. Accidental sampling sampling technique with a sample of 112 respondents. Analysis of the data, it can be concluded that there is an effect of Store Atmosphere on Customer Satisfaction has a tcount of 8.772 with a significant value of 0,000 (0,000 <0.05). Buying Decision against Customer Satisfaction has a tcount of 2.962 with a significant value of 0.004 (0.004 <0.05). Customer Attitude to Customer Satisfaction has a tcount of -1,141 with a significant value of 0.256 (0.256 <0.05). So it can be concluded that the Store Atmosphere and Buying Decision has an influence on Customer Satisfaction partially. Whereas Customer Attitude towards Customer Satisfaction has no effect.*

*Keyword:* *Store Atmosphere, Buying Decision, Customer Attitude, Customer Satisfaction.*

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Segala puji bagi Allah Swt, Tuhan semesta alam yang senantiasa memberikan karunia sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “*Pengaruh Store Atmosphere, Buying Decision dan Customer Attitude Terhadap Customer Satisfaction Jasa JalanJalan.id Tour & Travel di Gresik*”. Laporan Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kepada Allah SWT yang telah mempermudahkan jalan dari awal sampai akhir pembuatan skripsi.
2. Bapak, Ibuku tercinta serta keluargaku yang selalu berdoa, memberikan inspirasi dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Dosen-dosen jurusan Prodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Terimakasih kepada Tyas Hikmah Kusuma Ridi yang sudah menemani saya dalam mengerjakan skripsi ini
5. Sahabat-sahabat saya terimakasih atas perhatian yang selalu memberikan semangat dan motivasi yang luar biasa untuk bisa menyelesaikan ini.
6. My spesial “KOMUNITAS CERONGOHAN” (Wahyu, Arif, Aldi, Najib, Azam, Sio) who always make me happy and laughing, always on for me.
7. Teman-teman Prodi manajemen khususnya angkatan 2016 Kelas F yang selalu menyemangati satu sama lain.

Dan teruntuk Keluarga *Tour & Travel* JalanJalan.Id di Gresik .

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan kemudahan-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul “*Pengaruh Store Atmosphere, Buying Decision dan Customer Attitude Terhadap Customer Satisfaction Jasa Tour & Travel JalanJalan.id di Gresik*”

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada :

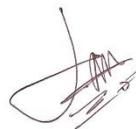
1. Bapak Dr. M. Subandowo, M.S. Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya,
2. Drs. H. Teguh Purwanto, M.M sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PRI Adi Buana Surabaya,
3. Bapak Tony Susilo Wibowo S.E., Mpd., MSM, sebagai Kaprodi Manajemen Univeritas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. DR.Fachrudy As'ari, MM,/Ferry Hariawan, S.E.,M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan koreksi selama proses penyelesaian skripsi ini.
5. Segenap Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, khususnya para Bapak / Ibu yang telah membekali ilmu pengetahuan dan wawasan kepada penulis.
6. Terimakasih kepada Owner JalanJalan.id Bpk.Fajar Aditia.

Penulis menyadari apabila skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan penulis dalam pengetahuan dan pembahasannya. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan untuk kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca serta semua pihak yang memerlukannya.

“Motto”

“Usaha, berusaha , pengusaha”

Surabaya, 3 Juni 2020



Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman Judul skripsi .....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Lembar Pernyataan Keaslian .....	iii
Halaman Persembahan.....	iv
Kata Pengantar .....	v
Abstrak.....	vii
Abstract .....	viii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Gambar .....	xiv
Daftar Lampiran .....	xv

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7

### BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	18
2.2.2 <i>Store Atmosphere</i> .....	19
2.2.2.1 Pengertian <i>Store Atmosphere</i> .....	19
2.2.2.2 Elemen-Elemen <i>Store Atmosphere</i> .....	21
2.2.2.3 Indikator <i>Store Atmosphere</i> .....	22
2.2.3 <i>Buying Decision</i> .....	23
2.2.3.1 Pengertian <i>Buying Decision</i> .....	23
2.2.3.2 Indikator <i>Buying Decision</i> .....	26
2.2.4 <i>Customer Attitude</i> .....	28
2.2.4.1 Pengertian <i>Customer Attitude</i> .....	28
2.2.4.2 Faktor-faktor mempengaruhi sikap konsumen .....	29
2.2.4.3 Indikator <i>Customer Attitude</i> .....	30
2.2.5 <i>Customer Satisfaction</i> .....	31

2.2.5.1 Pengertian <i>Customer Satisfaction</i> .....	31
2.2.5.2 Faktor-faktor <i>Customer Satisfaction</i> .....	33
2.2.5.3 Indikator <i>Customer Satisfaction</i> .....	34
2.3 Kerangka Konseptual .....	35
2.4 Hipotesis Penelitian.....	36

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian .....	37
3.2 Populasi, Sampel , Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.2.1 Populasi Penelitian .....	40
3.2.2 Sampel Penelitian .....	40
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4.1 Prosedur Pengumpulan Data.....	43
3.4.2 Instrumen Penelitian .....	43
3.4.3 Alat Pengumpulan Data .....	43
3.4.4 Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	47
3.4.4.1 Lokasi Penelitian .....	47
3.4.4.2 Waktu Penelitian .....	47
3.5 Variabel Penelitian Definisi Operasional Variabel.....	47
3.5.1 Variabel Penelitian.....	47
3.5.2 Definisi Operasional Variabel .....	47
3.5.2.1 Variabel <i>Store Atmosphere</i> .....	48
3.5.2.2 Variabel <i>Buying Decision</i> .....	49
3.5.2.3 Variabel <i>Customer Attitude</i> .....	51
3.5.2.4 Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	52
3.6 Teknik Analisis Data .....	53
3.6.1 Uji Instrumen Pengujian Penelitian .....	53
3.6.1.1 Uji Validitas .....	53
3.6.1.2 Uji Reliabilitas .....	53
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	54
3.6.2.1Uji Normalitas .....	54
3.6.2.2Uji Multikolinearitas .....	55
3.6.2.3Uji Autokorelasi.....	55
3.6.2.4Uji Heteroskedasitas .....	55

3.6.2.5 Uji Linearitas .....	56
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	56
3.6.4 Pengujian Hipotesis .....	57
3.6.4.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t) .....	57
3.6.4.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji-F) .....	57
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Penyajian Data.....	59
4.1.1 Gambaran Perusahaan.....	59
4.1.1.1 Identitas Badan Usaha .....	59
4.1.1.2 Struktur Kepemilikan .....	60
4.1.1.3 Struktur Organisasi .....	60
4.1.1.4 Job Disk .....	60
4.1.1.5 Sejarah Perusahaan .....	62
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	63
4.2.1 Penilaian Responsen Terhadap Butir Pernyataan .....	63
4.2.1.1 Variabel <i>Store Atmosphere</i> .....	63
4.2.1.2 Variabel <i>Buying Decision</i> .....	64
4.2.1.3 Variabel <i>Customer Attitude</i> .....	65
4.2.1.4 Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	66
4.3 Analisis Data dan Pembahasan .....	67
4.3.1 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	67
4.3.1.1 Uji Validitas.....	67
4.3.1.2 Uji Reliabilitas .....	69
4.3.2 Uji Normalitas, Uji Multikolineritas, Uji Autokorelasi, Heteroskedastisitas Dan Regresi Linier Berganda.....	70
4.3.2.1 Uji Normalitas .....	70
4.3.2.2 Uji Multikolineritas .....	71
4.3.2.3 Uji Autokorelasi .....	72
4.3.2.4 Uji Heteroskedastisitas .....	73
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	73
4.3.4 Pembuktian Hipotesis.....	75
4.3.4.1 Pembuktian Hipotesis 1 .....	75
4.3.4.2 Pembuktian Hipotesis 2 .....	76

4.3.4.3 Pembuktian Hipotesis 3 .....	77
4.3.4.4 Pembuktian Hipotesis 4 .....	78
4.3.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....	79
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	83
5.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA .....	87

## DAFTAR TABEL

### Tabel Halaman

2.1 Penelitian Terdahulu .....	16
3.1 Skala Pengukuran <i>Likert</i> .....	44
4.1 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Store Atmosphere</i> .....	63
4.2 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Buying Decision</i> .....	64
4.3 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Customer Attitude</i> .....	65
4.4 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Custumer Satisfaction</i> .....	66
4.5 Uji Validitas .....	68
4.6 Uji Reabilitas .....	69
4.7 Hasil Uji Normalitas .....	70
4.8 Uji Multikolinearitas .....	71
4.9 Uji Autokorelasi .....	72
4.10 Uji Heteroskedastisitas .....	73
4.11 Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	74
4.12 Hasil Uji-t Hipotesis I .....	76
4.13 Hasil Uji-t Hipotesis 2.....	77
4.14 Hasil Uji-t Hipotesis 3.....	78
4.15 Hasil Uji-f Hipotesis 4.....	79

## **DAFTAR GAMBAR**

### Gambar Halaman

2.3 Kerangka Konseptual .....	35
3.1 Rancangan Penelitian .....	39
4.1 Struktur Organisasi.....	60

## **DAFTAR LAMPIRAN**

### Lampiran

- |             |                                                                                                                        |
|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Lampiran 1  | Surat Permohonan Ijin Penelitian                                                                                       |
| Lampiran 2  | Surat Keterangan Penelitian                                                                                            |
| Lampiran 3  | Berita Acara Bimbingan Skripsi                                                                                         |
| Lampiran 4  | Berita Acara Seminar Proposal                                                                                          |
| Lampiran 5  | Kuisioner                                                                                                              |
| Lampiran 6  | Tabulasi Variabel <i>Store Atmosphere</i>                                                                              |
| Lampiran 7  | Tabulasi Variabel <i>Buying Decision</i>                                                                               |
| Lampiran 8  | Tabulasi Variabel <i>Customer Attitude</i>                                                                             |
| Lampiran 9  | Tabulasi Variabel <i>Customer Satisfaction</i>                                                                         |
| Lampiran 10 | Tabel Frekuensi Jawaban Responden                                                                                      |
| Lampiran 11 | Hasil Perhitungan Uji Validitas                                                                                        |
| Lampiran 12 | Hasil Perhitungan Uji Reabilitas                                                                                       |
| Lampiran 13 | Hasil Perhitungan Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Autokorelasi, Heteroskedastisitas Dan Regresi Linier Berganda |
| Lampiran 14 | Hasil Perhitungan Uji T & F                                                                                            |
| Lampiran 15 | Daftar Hadir Seminar Proposal                                                                                          |
| Lampiran 16 | Lembar Persetujuan                                                                                                     |
| Lampiran 17 | Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi                                                                                  |
| Lampiran 18 | Berita Acara Lampiran Ujian Skripsi                                                                                    |