

ABSTRACT

The study discusses the store atmosphere, price and product diversity on customer satisfaction Angkringan Coffee and Resto Mr. Sidoarjo. A sample of 105 respondents. It can be concluded that there is an influence of store atmosphere on customer satisfaction having a tcount of 3,547 with a significant amount (.001 <0.05). The price of customer satisfaction has a tcount of 3,796 with a significance of (.000 <0.05). The diversity of products to customer satisfaction has a tcount of 2.746, with significance (.007 <0.05). store atmosphere, price and diversity of products have a fcount of 15,127, with a significance value (.000 <0.05). It was concluded that the store atmosphere, price and product diversity affect customer satisfaction partially and simultaneously.

Keyword: *store atmosphere, price, product diversity and customer satisfaction.*

ABSTRAK

Penelitian membahas store atmosfer, harga serta keragaman produk Terhadap Kepuasan pelanggan Angkringan Coffee dan Resto Bapak Sidoarjo. Sampel sebanyak 105 responden. Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh *store atmosfer* terhadap Kepuasan pelanggan memiliki t_{hitung} sebesar 3.547 dengan signifikan sebesar $(.001 < 0,05)$. Harga terhadap Kepuasan pelanggan memiliki t_{hitung} sebesar 3.796 dengan signifikansi sebesar $(.000 < 0,05)$. Keragaman Produk terhadap Kepuasan pelanggan memiliki t_{hitung} sebesar 2.746, Dengan signifikansi $(.007 < 0,05)$. *store atmosfer*, harga serta keragaman produk memiliki f_{hitung} sebesar 15.127, Dengan nilai signifikansi $(.000 < 0,05)$. Disimpulkan bahwa *store atmosfer*, harga serta keragaman produk berpengaruh Terhadap Kepuasan pelanggan secara parsial dan simultan.

Kata kunci: *Store atmosfer*, harga, keragaman produk dan kepuasan pelanggan.

DAFTAR ISI

Judul	i
Lembar Persetujuan	ii
Halaman Pngesahan	iii
Berita Acara Ujian Skripsi	iv
Surat Pernyataan Keaslian	v
Kata Pengantar	vi
Motto	viii
Abstract	ix
Abstrak	x
Daftar Isi	xi
Daftar Gambar	xv
Daftar Tabel	xvi
Daftar Lampiran	xvii
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II	
TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Pemasaran	12
2.2.2 Manajemen Pemasaran	13
2.2.3 Store Atmosfer	13
2.2.3.1 Indikator Store Atmosfer	14
2.2.4 Harga	16
2.2.4.1 Indikator Harga	16
2.2.5 Keragaman Produk	17

2.2.5.1	Faktor-faktor Keragaman Produk	17
2.2.5.2	Indikator Keragaman Produk	18
2.2.6	Kepuasan Pelanggan	18
2.2.6.1	Indikator Kepuasan Pelanggan	21
2.3	Hubungan Antar Variabel	22
2.3.1	Hubungan Store Atmosfer dan Kepuasan Pelanggan	22
2.3.2	Hubungan Harga dan Kepuasan Pelanggan ..	23
2.3.3	Hubungan Keragaman Produk dan Kepuasan Pelanggan	23
2.4	Kerangka Konseptual	24
2.5	Hipotesis	25
BAB III		
METODE PENELITIAN		
3.1	Rancangan Penelitian	27
3.2	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	29
3.2.1	Populasi	29
3.2.2	Sampel	29
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel	29
3.3	Jenis dan Sumber Data	30
3.3.1	Jenis Data	30
3.3.2	Sumber Data	30
3.4	Teknik Pengambilan Data	31
3.4.1	Prosedur Pengambilan Data	31
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	31
3.4.3	Lokasi Penelitian	33
3.4.4	Waktu Penelitian	33
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	33
3.5.1	Variabel Penelitian	33

3.5.2	Definisi Operasional Variabel	34
3.6	Teknik Analisis Data	35
3.6.1	Instrumen Pengujian Penelitian	35
3.6.1.1	Uji Validitas	35
3.6.1.2	Uji Reliabilitas	36
3.6.2	Pengujian Asumsi Klasik	36
3.6.2.1	Uji Normalitas	36
3.6.2.2	Uji Multikolinieritas	36
3.6.2.3	Uji Autokorelasi	37
3.6.2.4	Uji Heteroskedastisitas	37
3.6.2.5	Uji Linearitas	37
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda	38
3.6.4	Pengujian Hipotesis	38
BAB IV		
HASIL ANALISIS dan PEMBAHASAN		41
4.1	Penyajian Data Penelitian	41
4.1.1	Sejarah dan Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.1.2	Struktur Organisasi	42
4.2	Frekuensi Persentasi Variabel	42
4.2.1	Store Atmosfer	43
4.2.2	Harga	44
4.2.3	Keragaman Produk	44
4.2.4	Kepuasan Pelanggan	45
4.3	Uji Instrumen	46
4.3.1	Uji Validitas	46
4.3.2	Uji Reliabilitas	48
4.4	Uji Asumsi Klasik	49
4.4.1	Uji Normalitas	49
4.4.2	Uji Multikolinearitas	50
4.4.3	Uji Heterokedastisitas	51

4.4.4	Uji Autokorelasi	52
4.5	Regresi Linear Berganda	53
4.6	Uji Hipotesis	55
4.6.1	Uji t	55
4.6.2	Uji F	56
4.7	Pembahasan	57
4.7.1	Store Atmosfer (X_1) Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	57
4.7.2	Harga (X_2) Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	58
4.7.3	Keragaman Produk (X_3) Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	59
4.7.4	Store Atmosfer (X_1), Harga (X_2), Keragaman Produk (X_3) Berpengaruh Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	59
BAB V		
	KESIMPULAN	61
5.1	Simpulan	61
5.2	Saran	62
	Daftra Pustaka	63
	Lampiran	

DAFTAR GAMBAR

2.1	Kerangka Konseptual	25
3.1	Rancangan Penelitian	28
4.1	Hasil Uji Heterokedastisitas	52

DAFTAR TABEL

3.1	Skala <i>Likert</i>	32
4.1	Persentasi Jawaban Responden Variabel Store Atmosfer	43
4.2	Persentasi Jawaban Responden Variabel Harga	44
4.3	Persentasi Jawaban Responden Variabel Keragaman Produk	45
4.4	Persentasi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan	46
4.5	Hasil Uji Validitas	47
4.6	Hasil Uji Reliabilitas	49
4.7	Hasil Uji Normalitas	50
4.8	Hasil Uji Multikolinearitas	51
4.9	Hasil Uji Autokorelasi	53
4.10	Regresi Linear Berganda	53
4.11	Hasil Uji t	55
4.12	Hasil Uji F	56

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 : Surat Keterangan Perijinan Penelitian
- Lampiran 3 : Daftar Hadir Ujian Proposal
- Lampiran 4 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 5 : Tabulasi
- Lampiran 6 : Hasil Olah Data SPSS
- Lampiran 7 : Berita Acara Revisi Skripsi