PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA *COFFEE SHOP* THE KAYUAN

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi

Oleh
Ni Komang Sonia Gandi Maelan
NIM 1817041109

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA
2022

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

Menyetujui,

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M.	Rahutama Atidira, S.T., M.M.
NIP. 198309212015041001	NIP. 198805032018031001

Skripsi oleh Ni Komang Sonia Gandi Maelan ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 23 Maret 2022

Dewan Penguji

Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M. (Ketua)
NIP.198309212015041001

Rahutama Atidira, S.T., M.M. (Anggota)
NIP. 198805032018011001

Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si (Anggota)
NIP. 197611102014042001

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

Pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 23 Maret 2022

Mengetahui,

Ketua Ujian	Sekretaris Ujian
Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si	Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M.
NIP. 190810291993032001	NIP. 198309212015041001

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan pada *coffee shop* The Kayuan" beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas Pernyataan ini saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 23 Maret 2022
Yang membuat pernyataan

METERAI TEMPEL
5C686AJX729062356

Ni Komang Sonia Gandi Maelan
NIM. 1817041109

MOTTO

If you want to changes different, start from your self

Ni Komang Sonia Gandi Maelan

KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa, Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena atas rahmat dan karunia-Nya-lah saya dapat menyelesaikan sebuah karya tulis berupa skripsi ini dengan tepat waktu.

Kepada Bapak Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M. selaku Pembimbing I dan Bapak Rahutama Atidira, S.T., M.M., selaku Pembimbing II yang dengan penuh kesabaran hati memberikan bimbingan, pengarahan, saran, masukan, dan motivasi yang bermanfaat selama penyelesaian skripsi.

Kepada Orang Tua tercinta I Ketut Parka dan Ni Wayan Parmini yang telah memberikan doa, motivasi, nasihat, dan kasih sayang tanpa mengenal waktu demi kesuksesan dan kebahagiaan saya, yang tidak akan pernah bisa tergantikan. Terimakasih untuk segenap cinta, doa, dukungan dan kasih sayang yang tiada henti di setiap langkah perjalanan dalam hidup saya.

Untuk teman-teman dan sahabat-sahabat saya yang selalu memberikan dukungan dan kerjasama yang baik dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terimakasih atas semangat dan motivasi kalian.

Terimakasih

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan Karunia-Nya, Penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan pada *coffee shop* The Kayuan".** Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi atas motivasi dan fasilitas yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan studi sesuai dengan rencana.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M., selaku Pembimbing I yang senantiasa memberikan arahan, motivasi, saran, dan selalu bersedia membimbing dengan penuh tanggung jawab, kesabaran dan semangat telah membimbing dan mengarahkan penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
5. Rahutama Atidira, S.T., M.M., selaku Pembimbing II yang selalu memberikan arahan, saran, dan selalu bersedia membimbing dengan kesabaran dan mengarahkan penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu memberikan saran dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
7. Kedua orang tua saya I Ketut Parka dan Ni Wayan Parmini dan Kedua saudara saya Putu Sri Wahyuning dan Kadek Supran Dala yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan, doa dan kehangatan keluarga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Teman-teman saya Kadek Lia Aprilliani, Vivi Aprilyanti, Luh Ayu Dewi Candrawati, dan WESTIM yang selalu menemani, memotivasi, dan memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari atas segala keterbatasan kemampuan penulis, bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua.

Singaraja, 21 Maret 2022

Penulis,

DAFTAR ISI

Halaman

PRAKATA i
ABSTRAK iii
DAFTAR ISI v
DAFTAR TABEL viii
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR LAMPIRAN x

BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian 1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian 10
1.3 Pembatasan Masalah 11
1.4 Rumusan Masalah Penelitian 11
1.5 Tujuan Penelitian 11
1.6 Manfaat Penelitian 12

BAB II KAJIAN TEORI
2.1 Kepuasan Pelanggan 13
2.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan 13
2.1.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan 13
2.1.3 Indikator Kepuasan Pelanggan 14
2.2 Kualitas Pelayanan 16
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan 16
2.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan 16
2.2.2 Indikator Kualitas Pelayanan 17
2.3 *Store Atmosphere* 18
2.3.1 Pengertian *Store Atmosphere* 18
2.3.2 Dimensi *Store Atmosphere* 19
2.3.3 Indikator *Store Atmostphere* 20

2.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....22
2.5 Hubungan Antar Variabel 26
2.5.1 Hubungan Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan 26
2.5.2 Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.... 27
2.5.3 Hubungan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan..... 27
2.6 Kerangka Berpikir 28
2.7 Hipotesis Penelitian.....29

BAB III METODE PENELITIAN
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian 31
3.2 Rancangan Penelitian 31
3.3 Subjek Penelitian/Populasi dan Sampel 32
3.3.1 Subjek dan Objek Penelitian..... 32
3.3.2 Populasi Penelitian 32
3.3.1 Sampel Penelitian 32
3.4 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian 33
3.5 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data 34
3.5.1 Metode Pengumpulan Data 34
3.5.2 Instrumen Pengumpulan Data 35
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data 38
3.6.1 Uji Asumsi Klasik 38
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda..... 40
3.6.3 Koefisien Determinasi (R^2) 40
3.7 Uji Hipotesis.....41
3.7.1 Uji F (secara simultan) 41
3.7.2 Uji t (secara parsial)..... 41

BAB IV PEMBAHASAN
4.1 Deskripsi Data 43
4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....44
4.3 Uji Normalitas Data 44

4.1.3 Uji Multikolinieritas 45
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas 46
4.4 Analisis Regresi Berganda 47
4.4 Koefisien Determinasi (R2.....49
4.5 Pengujian Hipotesis.....49
4.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan 49
4.5.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan 50
4.5.3 Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan 50
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian 51
4.6.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan 51
4.6.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan 52
4.6.3 Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan..... 53
4.7 Keterbatasan Penelitian 54
4.8 Implikasi.....55
4.8.1 Implikasi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan 55
4.8.2 Implikasi *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan... 56

BAB V PENUTUP
5.1 Rangkuman.....57
5.2 Simpulan.....59
5.3 Saran.....59

DAFTAR RUJUKAN 61
LAMPIRAN 65

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

Tabel 1.1 Data Penjualan The Kayuan Periode Juni s/d Agustus 2021 4
Tabel 1.2 Data Keluhan Pelanggan The Kayuan 6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 22
Tabel 3.1 Variabel, Konsep, Indikator dan Skala Ukur 34
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas..... 36
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas..... 37
Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 43
Tabel 4.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur..... 44
Tabel 4.3 Uji Multikolinieritas..... 45
Tabel 4.4 Ringkasan *Output* SPSS Analisis Regresi Linier Berganda 48
Tabel 4.5 Hasil Uji F *output* ANOVA 49

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan.....29

Gambar 4.1 Grafik Normal *P-P Plots of Regression Standardized Residual*.....45

Gambar 4.2 Grafik *Scatterplot*.....47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Halaman

Lampiran 01. Data Penjualan Data Penjualan The Kayuan Periode Juni s/d Agustus 2021 66

Lampiran 02. Data Keluhan Pelanggan The Kayuan 66

Lampiran 03. Kuesioner Penelitian 67

Lampiran 04. Hasil Data Pernyataan Responden 71

Lampiran 05. Deskripsi Data Responden 95

Lampiran 06. Hasil Output Perhitungan SPSS 20 For Windows, Kualitas Pelayanan (X1), *Store Atmosphere* (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) 96

Lampiran 07. Hasil Uji Asumsi Klasik *Outpout SPSS 20 For Windows,* Kualitas Pelayanan (X1), *Store Atmosphere* (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) 100

Lampiran 08. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda *Outpout SPSS 20 For Windows,* Kualitas Pelayanan (X1), *Store Atmosphere* (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) 102

Lampiran 09. Dokumentasi Penelitian 103