



**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN DAN LOYALITAS PELANGGAN DALAM  
MENGUNAKAN JASA KARAOKE KELUARGA HAPPY PUPPY DI  
JEMBER**

**SKRIPSI**

**Oleh**

**Chacha Puspa Youlandha**

**NIM. 070810201074**

**UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI  
2011**



**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN DAN LOYALITAS PELANGGAN DALAM  
MENGUNAKAN JASA KARAOKE KELUARGA HAPPY PUPPY DI  
JEMBER**

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)  
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

**Chacha Puspa Youlandha**

**NIM. 070810201074**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER**

2011

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Chacha Puspa Youlandha

NIM : 070810201074

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul: “pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa karaoke keluarga happy puppy di jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 03 Oktober 2011

Yang menyatakan,



Chacha Puspa Youlandha

## PENGESAHAN

### PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS PELANGGAN DALAM MENGUNAKAN JASA KARAOKE KELUARGA HAPPY PUPPY DI JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Chacha Puspa Youlandha  
NIM : 070810201074  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal: 18 Oktober 2011

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan gelar  
Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

#### Susunan Panitia Penguji

Ketua : Dewi Prihatini, SE., MM., Ph.D : .....  
NIP. 19690329 199303 2 001  
Sekretaris : Wiji Utami, SE., MM : .....  
NIP. 19740120 200012 2 001  
Anggota : Dr. M. Dimiyati, SE., Msi : .....  
NIP. 19670421 199403 1 008



Mengetahui/Menyetujui  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan,

Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc  
NIP. 19560831 198403 1 002

## TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap  
Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas  
Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa  
Karaoke Keluarga Happy Puppy Di Jember

Nama : Chacha Puspa Youlandha  
NIM : 070810201074  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. M. Dimiyati, SE,M.Si  
NIP. 19670421 199403 1 008

Wiji Utami, SE, MM  
NIP. 19740120 200012 2 001

Ketua Jurusan  
Program Studi Manajemen

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si  
NIP. 19661020 199002 2 001

Disetujui Tanggal : Oktober 2011

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku tercinta yaitu bapak Heru Purnama, S.Pd, MM dan ibu Sri Sudarti, S.Pd yang telah memberi dukungan, mendoakan, mendidik dan memberi kasih sayang serta pengorbanan selama ini.
2. Kakak dan adikku yang telah membantu dan memberi semangat untukku.
3. Teman-temanku angkatan 2007, terima kasih semuanya.
4. Almamater yang kubanggakan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.



## **MOTTO**

**Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua  
(Aristoteles)**

**Masalah sebenarnya adalah soal apa yang akan Anda lakukan  
kepada penyelesaian masalah setelah masalah itu terselesaikan.**

**(Gay Talese)**

**Sabar dalam mengatasi kesulitan dan bertindak bijaksana dalam  
mengatasinya adalah sesuatu yang utama**

**(Heru Purnama)**

Chacha Puspa Youlandha

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

### ABSTRAKSI

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh store atmosphere terhadap kepuasan konsumen, untuk menguji pengaruh store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan, untuk menguji pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen. Jenis penelitian ini adalah penelitian penjelasan (explanatory research). Populasi penelitian adalah seluruh konsumen yang menggunakan jasa karaoke keluarga Happy Puppy di Jember. Metode analisis data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa store atmosphere berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karaoke keluarga Happy Puppy di Jember. Store atmosphere berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen karaoke keluarga Happy Puppy di Jember. Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan karaoke keluarga Happy Puppy di Jember.

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



Chacha Puspa Youlandha

*The Management Departement, the Faculty of Economic, Jember University*

**ABSTRACT**

*Purpose of which will be reached in this research are: store atmosphere on consumer satisfaction, to test the effect of store atmosphere on customer loyalty, to test the effect of customer satisfaction with customer loyalty. This type of research study is an explanation (explanatory research). The study population was all consumers who use the services of a family karaoke Happy Puppy in Jember. Methods of data analysis using Structural Equation Modeling (SEM). The results show that store atmosphere significantly influence consumer satisfaction Happy Puppy family karaoke in Jember. Store atmosphere significantly influence consumer loyalty Happy Puppy family karaoke in Jember. Significantly influence consumer satisfaction on customer loyalty Happy Puppy family karaoke in Jember.*

*Key word: Store Atmosphere, Satisfaction and Loyalty Customer*

## RINGKASAN

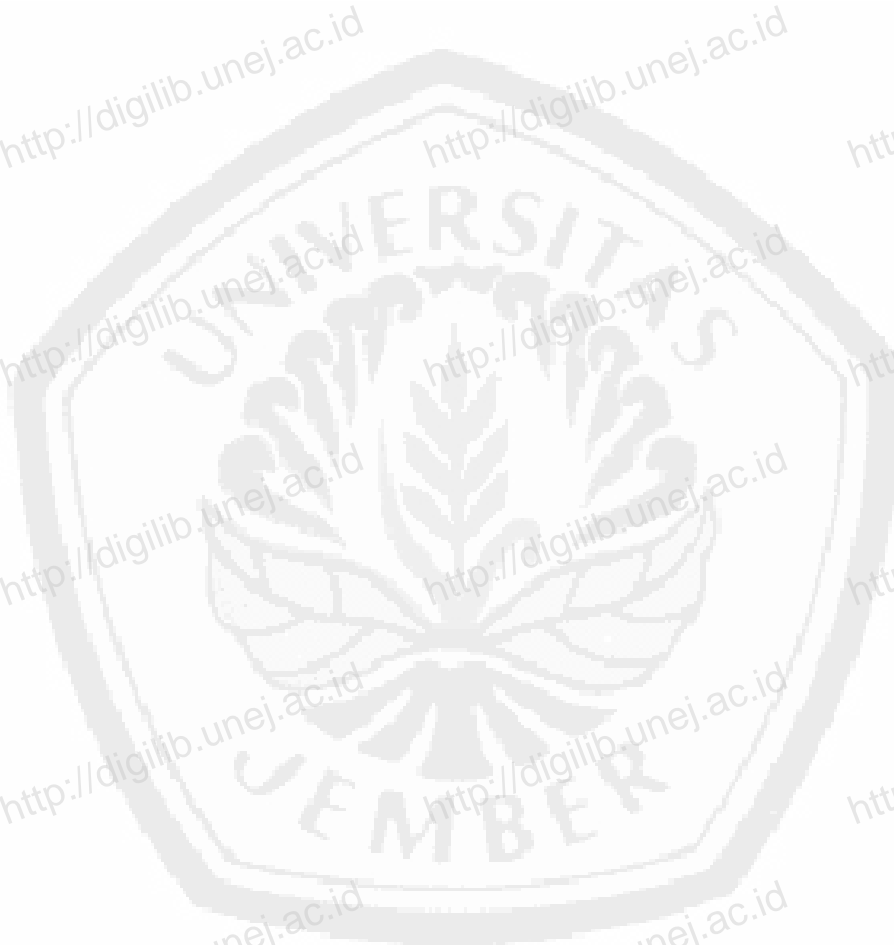
**Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Karaoke Keluarga Happy Puppy Di Jember:** Chacha Puspa Youlandha, 070810201074, 2011, 61 halaman, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Strategi dalam menciptakan suasana yang nyaman dan menyenangkan adalah salah satu strategi pengusaha dalam menciptakan kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan. Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen, untuk menguji pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan, dan untuk menguji pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*). Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan karaoke keluarga Happy Puppy di Jember. Metode analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karaoke keluarga Happy Puppy di Jember. Hal itu berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur yang menunjukkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen terbukti; (2) *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan karaoke keluarga Happy Puppy di Jember. Hal ini berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur yang menunjukkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan terbukti; (3) Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan karaoke keluarga Happy Puppy di Jember. Hal itu berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur yang menunjukkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen terbukti. Berarti

semakin tinggi kepuasan konsumen akan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap karaoke keluarga Happy Puppy di Jember.



## **SUMMARY**

*Effect of Store Atmosphere Of Customer Satisfaction And Loyalty Using Customer Service In Family Karaoke Happy Puppy In Jember: Chacha Puspa Youlandha, 070810201074, 2011, 61 pages, the Management Departement, the faculty of Economic, Jember University*

*Strategies in creating a comfortable and pleasant atmosphere is one of the strategies of entrepreneurs in creating customer satisfaction and customer loyalty. Objectives to be achieved in this study was to examine the effect of store atmosphere on consumer satisfaction, to test the effect of store atmosphere on customer loyalty, and to examine the effect of customer satisfaction on customer loyalty.*

*This type of research study is an explanation (explanatory research). The study population is the entire family karaoke customers Happy Puppy in Jember. Methods of data analysis using Structural Equation Modeling (SEM).*

*Results showed that (1) store atmosphere significantly influence consumer satisfaction Happy Puppy family karaoke in Jember. It was based on results of testing the path coefficients indicate that the first hypothesis which states that the store atmosphere significantly influence consumer satisfaction proved, (2) store atmosphere significantly influence customer loyalty Happy Puppy family karaoke in Jember. It is based on the results of testing the path coefficients indicate that the second hypothesis which states that the store atmosphere significantly influence customer loyalty proved, (3) Consumer satisfaction significantly influence customer loyalty Happy Puppy family karaoke in Jember. It was based on results of testing the path coefficients indicate that the third hypothesis which states that customer satisfaction significantly influence consumer loyalty proved. Means higher customer satisfaction will increase customer loyalty to the family karaoke Happy Puppy in Jember.*

## PRAKATA

Dengan mengucapkan syukur atas kehadiran Allah SWT serta hidayahNya, yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Studi S-1 (Manajemen) Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari dalam penulisan ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan penulis. Tetapi berkat pertolongan Allah SWT serta dorongan dan bimbingan semua pihak, akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Selain itu, dalam penulisan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu secara langsung atau tidak langsung. Sebagai ungkapan bahagia, maka pada kesempatan ini penulis mengungkapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Wiji Utami, SE, MM selaku pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Teristimewa kepada kedua orang tuaku Heru Purnama, S.Pd, MM dan ibu Sri Sudarti, S.Pd yang telah memberikan doa dan fasilitas yang lebih dari cukup.
4. Kakaku Angga Puspa Prayoga dan adikku Adhitya Puspa Sadewa yang telah memberikan semangat.
5. Seluruh keluarga besarku yang ada di Nganjuk dan Magetan terima kasih atas doa dan semangat buat saya.
6. Sahabat – sahabatku C2M2, Kos Wijaya Bu Yuli Lovers, G-Speed bengkel, yang telah memberikan kesan yang begitu berwarna. Persahabatan kita semoga selalu terjaga dimanapun dan kapanpun.
7. PrincessReyza dan Nimas Yanti terima kasih telah menyemangatiku.

8. Seluruh pihak yang membantu semangat dan dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dengan segala kemampuan dan pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki, maka disadari sepenuhnya skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat diharapkan.

Akhirnya, semoga skripsi ini memberikan manfaat dan guna bagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa Fakultas Ekonomi pada khususnya.

Jember, September 2011

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAKSI</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>RINGKASAN</b> .....	<b>x</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>xii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xx</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>3</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>4</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>4</b>
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>5</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>5</b>
<b>2.2 Landasan Teori</b> .....	<b>7</b>
2.2.1 Jasa .....	<b>7</b>
2.2.2 <i>Store Atmosphere</i> .....	<b>8</b>
2.2.3 Kepuasan Konsumen .....	<b>12</b>
2.2.4 Loyalitas Pelanggan .....	<b>13</b>
2.2.5 Hubungan Antara <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan .....	<b>14</b>
<b>2.3 Kerangka Konseptual</b> .....	<b>15</b>
<b>2.4 Hipotesis</b> .....	<b>16</b>

<b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
<b>3.1 Rancangan Penelitian .....</b>	<b>18</b>
<b>3.2 Populasi dan Sampel .....</b>	<b>18</b>
<b>3.3 Jenis Data .....</b>	<b>19</b>
<b>3.4 Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>19</b>
<b>3.5 Identifikasi variabel .....</b>	<b>20</b>
<b>3.6 Definisi Operasional Variabel .....</b>	<b>20</b>
<b>3.7 Skala Pengukuran .....</b>	<b>22</b>
<b>3.8 Uji Instrumen Penelitian .....</b>	<b>23</b>
3.8.1 Uji Validitas .....	23
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	23
<b>3.9 Metode Analisis Data .....</b>	<b>24</b>
3.9.1 Uji Asumsi SEM .....	24
3.9.2 Uji Normalitas .....	24
3.9.3 Uji <i>Outlier</i> .....	24
3.9.4 Uji Multikolinearitas .....	24
3.9.5 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) .....	25
<b>3.10 Kerangka Pemecahan Masalah .....</b>	<b>30</b>
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>32</b>
4.1.1 Harga Sewa Ruangan .....	35
<b>4.2 Gambaran Umum Responden .....</b>	<b>35</b>
4.2.1 Jenis Kelamin Responden .....	36
4.2.2 Usia Responden .....	36
4.2.3 Jenis Pekerjaan Responden .....	37
4.2.4 Frekuensi Berkunjung Responden .....	38
<b>4.3 Diskripsi Variabel Penelitian .....</b>	<b>38</b>
4.3.1 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap <i>Store Atmosphere</i> (X1) .....	38
4.3.2 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Kepuasan Konsumen (Y1) .....	40
4.3.3 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2) .....	41
<b>4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas .....</b>	<b>42</b>



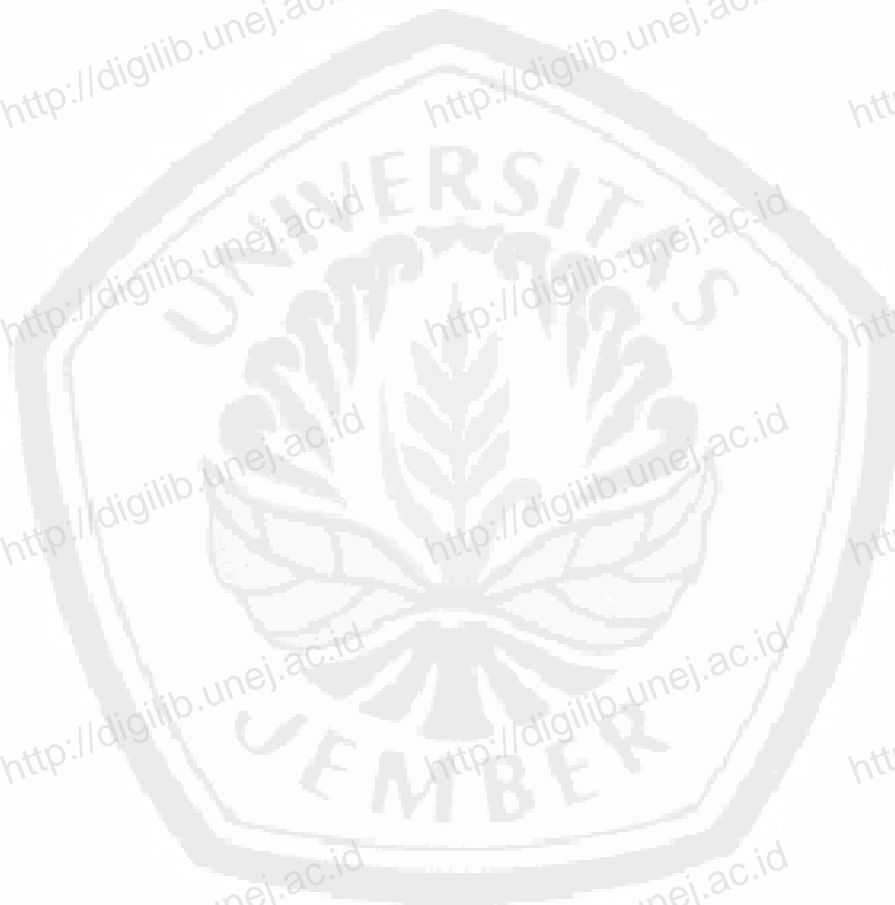
4.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Store Atmosphere</i> (X1) .....	42
4.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Kepuasan Konsumen (Y1) .....	43
4.4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Loyalitas Pelanggan (Y2) .....	44
<b>4.5 Uji Asumsi <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) .....</b>	<b>45</b>
4.5.1 Uji Normalitas .....	45
4.5.2 Uji Multikolinearitas .....	46
4.5.3 Uji Outliers .....	46
<b>4.6 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) .....</b>	<b>47</b>
4.6.1 Uji Kesesuaian Model .....	47
4.6.2 Uji Kausalitas .....	48
4.6.3 Pengaruh Antar Variabel .....	52
<b>4.7 Pembahasan .....</b>	<b>54</b>
4.7.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	55
4.7.2 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	57
4.7.3 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	57
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>59</b>
5.1 Simpulan .....	59
5.2 Saran .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	6
3.1 Uji Kesesuaian Model .....	28
4.1 Jenis Kelamin Responden .....	36
4.2 Usia Responden .....	36
4.3 Jenis Pekerjaan Reponden .....	37
4.4 Frekuensi Berkunjung Responden .....	38
4.5 Penilaian Responden Terhadap <i>Store Atmosphere</i> .....	39
4.6 Penilaian Responden Terhadap Kepuasan Konsumen .....	41
4.7 Penilaian Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	42
4.8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Store Atmosphere</i> (X1) .....	43
4.9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Kepuasan Konsumen (Y1) .....	44
4.10 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Loyalitas Pelanggan (Y2) .....	45
4.11 Indeks Kesesuaian Model SEM .....	47
4.12 Hasil Pengujian Kausalitas .....	49
4.13 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis .....	52
4.14 Pengaruh Langsung Antar Variabel .....	53
4.15 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel .....	53
4.16 Pengaruh Total Antar Variabel .....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Elemen – elemen <i>store atmosphere</i> .....	11
2.2 Kerangka Konseptual Penelitian .....	15
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah .....	30
4.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan .....	48



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi Data Jawaban Responden

Lampiran 3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Lampiran 5 Hasil Analisis SEM

Lampiran 6 Hasil Model *Fit Summary*

Lampiran 7 Hasil Pengujian Kausalitas

