



PENGARUH LINGKUNGAN FISIK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM BERBELANJA DI
“CAFÉ GLASS” KITCHENWARE SUPERSTORE SURABAYA

THE INFLUENCE OF PHYSICAL SURROUNDING AND SERVICE QUALITY OF
CONSUMER SATISFACTION EXPENSES IN *“CAFÉ GLASS” KITCHENWARE
SUPERSTORE SURABAYA*

SKRIPSI

Oleh
Faid Amar
NIM 090810201179

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2014



PENGARUH LINGKUNGAN FISIK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM BERBELANJA DI
“CAFÉ GLASS” KITCHENWARE SUPERSTORE SURABAYA

THE INFLUENCE OF PHYSICAL SURROUNDING AND SERVICE QUALITY OF
CONSUMER SATISFACTION EXPENSES IN *“CAFÉ GLASS” KITCHENWARE
SUPERSTORE SURABAYA*

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada
Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh

Faid Amar

NIM 090810201179

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI

2014

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL

UNIVERSITAS JEMBER-FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Faid Amar

NIM : 090810201179

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : "Pengaruh Lingkungan Fisik dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja di "Café Glass" Kitchenware Superstore Surabaya "

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang telah saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi tersebut disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi mana pun serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 6 September 2014

Yang menyatakan,

Faid Amar

NIM. 090810201179

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Lingkungan Fisik dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja di "*Café Glass*" *Kitchenware Superstore* Surabaya

Nama Mahasiswa : Faid Amar

NIM : 090810201179

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 6 September 2014

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM
NIP.19600413 198602 1 002

Drs.Ketut Indraningrat,M.Si
NIP. 19610710 198902 1 002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Dr. Handriyono, SE.,M.Si
NIP. 19620802 199002 1 001

JUDUL SKRIPSI
PENGARUH LINGKUNGAN FISIK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM BERBELANJA DI
"CAFÉ GLASS" KITCHENWARE SUPERSTORE SURABAYA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Faid Amar
NIM : 090810201179
Jurusan : Manajemen

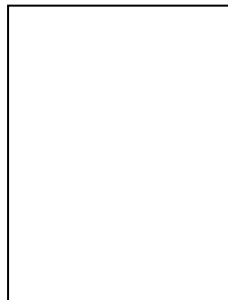
Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

3 Desember 2014

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

1. Penguji Utama : **Dr.Bambang Irawan M.Si.**
NIP.19610317 198802 1 001 :
2. Penguji Anggota : **Dr.Mohamad Dimyati M.Si**
NIP. 19670421 199403 1 008 :
3. Penguji Anggota : **Dewi Prihatini S.E.M.M., Ph.D.**
NIP : 19690329 199303 2 001 :



Mengetahui;
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan

Dr.Moehammad Fathorrazi, M.Si
NIP. 19630614 199002 1 001

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Karya ini Kupersembahkan bagi Ummi, Abi,
Kakak, kedua abangku, serta adikku yang selalu mendukung
setiap langkah dan cita-citaku untuk menjadi yang terbaik*

MOTTO

... Dan katakanlah: “Ya Rabb-ku, tambahkanlah kepadaku ilmu pengetahuan,”

(QS. Thaha: 114)

“Yakinlah ada sesuatu yang menantimu selepas banyak kesabaran (yang kau jalani) yang akan membuatmu terpana hingga kau lupa pedihnya rasa sakit.”

(Ali Ibn Abi Thalib R.A)

“Bila anda ingin senantiasa bahagia, tuntutlah ilmu, galilah pengetahuan, dan raihlah pelbagai manfaat, niscaya semua kesedihan, kepedihan dan kecemasan itu akan sirna”

(DR. ‘Aidh Al-Qarni)

Jika merasa dilecehkan jadi mahasiswa atau penuntut ilmu di manapun, berbahagialah karna InsyaAllah ilmu dan pengalaman kita jauh lebih banyak dan ingatlah QS.Thaha:114, kata Imam Ali Ibn Abi Thalib, dan DR. ‘Aidh Al-Qarni diatas.

^ ^
_

(Faid Amar)

RINGKASAN

“Pengaruh Lingkungan Fisik dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja di ”Café Glass” Kitchenware Superstore Surabaya”; Faid Amar, 090810201179; 2014; 124 halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Perkembangan bisnis di Indonesia mengalami perubahan dan peningkatan yang cukup pesat, sehingga perusahaan mengalami persaingan yang sangat ketat. Dimana setiap perusahaan dituntut untuk mengenal pasar atau konsumennya sebaik mungkin dan harus pandai menawarkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki tokonya atau perusahaannya masing-masing agar dapat sukses dalam persaingan.

Keunggulan-keunggulan yang bisa kita tonjolkan biasanya langsung bisa dirasakan oleh manusia selaku konsumen seperti lingkungan fisik perusahaan itu misalkan lokasi yang strategis, tata letak yang baik, atmosfer yang diharapkan konsumen juga kualitas pelayanannya seperti kehandalan perusahaan, daya tanggap, jaminan, empati, dan pemberian bukti fisik yang baik agar mendapatkan nilai baik dan menciptakan kepuasan pada konsumen.

Dari sekian banyak perusahaan atau toko retail sekarang ini peneliti tertarik memilih ”Café Glass” Kitchenware Superstore Surabaya karena toko retail ini memiliki beberapa cabang di Surabaya dan terlengkap. ”Café Glass” Kitchenware Superstore Surabaya merupakan toko yang didirikan untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan konsumen seperti peralatan dapur, pecah belah, stainless steel dan perlengkapan rumah tangga lainnya yang melaksanakan strategi dengan mengedepankan lingkungan fisik dan kualitas pelayanan yang baik untuk menciptakan kepuasan konsumen.

Penelitian ini pada dasarnya untuk mengetahui keinginan dan kepuasan konsumen dengan cara menganalisis dan menguji pengaruh lingkungan fisik dan kualitas pelayanan yang ada pada ”Café Glass” Kitchenware Superstore Surabaya. Dan agar hasilnya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi

pihak manajemen perusahaan dalam mengelola usahanya, dan bagi pihak lain sebagai tambahan pengetahuan tentang keadaan toko retail sebenarnya saat ini beserta permasalahannya.

Karakteristik permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini di klasifikasikan sebagai *explanatory research* yang artinya menjelaskan hubungan kasual dan menguji keterkaitan beberapa variabel. Populasi dari penelitian ini merupakan semua konsumen yang mengadakan transaksi pembelian di "*Café Glass*" *Kitchenware Superstore* Surabaya dengan pengambilan sample dengan berdasarkan karakteristik tertentu yang berhubungan dengan karakteristik populasi, sehingga dapat diambil sampel sebanyak 20 responden untuk uji coba dan 45 responden untuk penelitian selanjutnya dengan cara menyebarkan kuesioner. Data yang telah di peroleh dianalisa dengan menggunakan angka yang didapat dari penilaian skor, kemudian diuji validitas *product moment*-nya dan reliabilitas *cronbach alpha*. Setelah itu di analisa menggunakan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dari kedua variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Sedangkan untuk menjelaskan hubungan kausal dan menguji keterkaitan antara beberapa variabel digunakan uji hipotesis yang terdiri dari uji F, analisis koefisien determinasi dan uji t.

Dari metodologi penelitian yang dijelaskan diatas dapat diperoleh hasil sesuai dengan hipotesis. Dari uji F diperoleh hasil $F=33,329$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa lingkungan fisik dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. dari Uji t diperoleh bahwa lingkungan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen yang juga diperkuat dengan hasil analisis deskriptif yang menunjukkan bahwa konsumen (sekitar 74%) dan (sekitar 72.26%) cenderung berpendapat bahwa lingkungan fisik dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. dan yang terakhir yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan dengan cara melihat nilai beta masing-masing yaitu lingkungan fisik sebesar 42,1% dan kualitas pelayanan sebesar 46,6%.

SUMMARY

“The Influence Of Physical Surrounding And Service Quality Of Consumer Satisfaction Expenses In “Café Glass” Kitchenware Superstore Surabaya”; Faid Amar, 090810201179; 2014; 124 pages; Management Major Economics Faculty, Jember University.

The expansion of business in Indonesia experience changing and rapidly increasing, therefore the company experienced the tightly competition. Where the company is demanded to know the market and the consumer as good as possible and must have skill to offer the superiorities that their company have in order to success at competition.

The superiorities that we can prefer and usually can be directly perceived for human as consumer such as physical surrounding of company itself for example store location strategies, a good layout, the atmosphere that consumer expect also the service quality as well as reliability of the company, responsiveness, assurance, empathy, and the good tangibles in order to get a good value and create customer satisfaction.

Nowadays many companies or retail stores are established but the researchers are interested to choose the "Café Glass" Kitchenware Superstore Surabaya because retail stores have several branches in Surabaya and more complete than the others. "Café Glass" Kitchenware Superstore Surabaya is a store that was established to meet the various needs of consumers such as kitchenware, glassware, stainless steel and other household equipment that implement strategies to put forward physical surrounding and good quality services to create customer satisfaction.

This study is basically to know the desires and customer satisfaction by analyzing and testing the influence of the physical surrounding and the services quality at "Café Glass" Kitchenware Superstore Surabaya. And so the results can be used as consideration for the management company to manage their business,

and for others as additional knowledge about the actual state of the retail stores and the current problems.

The characteristics of the problem which examined in this study were classified as explanatory research that explains the meaning of casual relationships and examined the association of several variables. The population of this study is all consumers that hold purchases at "Café Glass" Kitchenware Superstore Surabaya with the sample based on certain characteristics associated with the characteristics of the population, in order to take a sample of 20 respondents for the trials and 45 respondents for further research in a way spread questionnaires. The data that has been obtained was analyzed using the figures obtained from the assessment scores, then tested the validity of product moment and reliability Cronbach alpha. Afterwards analyzed using multiple linear regression analysis was used to determine the effect of the two independent variables on the dependent variable. As for explaining the causal relationships and examine the relationship between several variables used the trial hypothesis that consists of the F-test, analysis of the coefficient of determination and t test.

From the methodology of the study that described above can be obtained results consistent with the hypothesis. From the obtained results of the F test $F = 33.329$ with a significance of $0.000 < 0.05$, it can be stated that the physical surrounding and service quality simultaneously influence on customer satisfaction. of the t-test obtained that the physical surrounding and service quality significantly influence customer satisfaction which also reinforced by the results of the descriptive analysis shows that consumers (approximately 74%) and (approximately 72.26%) tend to argue that the physical surrounding and service quality have an influence on customer satisfaction. and the last that has the most dominant influence on consumer satisfaction is the service quality by looking at the beta value of each is the physical environment by 42.1% and 46.6% of service quality.

PRAKATA

Segala puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya serta kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Lingkungan Fisik dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja di ”*Café Glass*” *Kitchenware Superstore* Surabaya” sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Universitas Jember.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak dukungan dan bantuan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, tidak lupa penulis menyampaikan ungkapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Moehammad Fathurrazi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Meskipun peneliti tidak seberapa mengenal beliau, tetapi senyuman beliau cukup menenangkan hati peneliti, seakan ada kedamaian dan kegembiraan apabila ketika wisuda nanti bisa dilihat oleh beliau.
2. Bapak Dr. Handriyono, M.Si selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM selaku pembimbing 1 yang dengan perhatiannya telah memberi bimbingan dan saran hingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
4. Drs. Ketut Indraningrat, M.Si selaku pembimbing 2 yang dengan perhatiannya telah memberi bimbingan dan saran hingga terselesaikannya skripsi ini. Terima kasih semangat, motivasi, kesabaran, keceriaan, cerita-ceritanya dan diskusi ajaran agama islam di sela-sela bimbingan skripsi yang sangat berguna, semoga Barokah Allah selalu tercurah pada bapak. Mohon maaf pak, saya selalu merepotkan bapak, terlalu lama mengerjakan skripsi ini karena sering ditinggal kerja dan selalu minta dikoreksi dan minta di kasih *feedback* cepat.

5. Ibu Gusti Ayu Wulandari S.E, M.M. selaku dosen pembimbing akademik.
6. Seluruh dosen-dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
7. Sumber motivasi peneliti, Ummi Munirah Amar dan Abi Azzam Amar, selaku orang tua peneliti yang selalu memberikan semangat, doa, dan dukungan materiil maupun moril yang tanpa henti dalam kehidupan peneliti. Kalian berdua adalah orang tua yang luar biasa. *I Love you forever, wa Sukron katsir 'ala Kullu hal.*
8. Kakak Fardiah, Abang Adib, Halim dan adikku Fatin selaku saudara peneliti. *Sukron katsir ya Akhy wa ukhty*, meskipun kalian sibuk dengan aktivitas masing-masing tetapi kalian tetap mendo'akan dan membantu Faid hingga skripsi ini selesai. *I love you so much.*
9. Teman-teman di kontrakan Puri Bunga Nirwana *Cluster* Kelapa Gading Blok E nomer 33 Alm.Priyo Nugroho yang selalu setia menemani di kala peneliti senang maupun sedih, selalu membantu ketika peneliti menemukan kesulitan, selalu memberi motivasi dan semangat. *You are my best friend ever after.* Semoga Amal Ibadahmu diterima di sisi Allah SWT. *Khusnul Khotimah InsyaAllah.* Dan Makasih banyak buat Fadhil Attamimi karena benar-benar meluangkan waktunya untuk membantu terselesainya skripsi ini. kepolosan, keunikan, keceriaan dan kebersamaan kita tidak akan pernah terlupakan. Seamangat ya bro buat kuliahnya.
10. Rindang Syamlan, Syuhada, Danar, Eki, Rossi, iin, ifa, kiki, dhodik yang selalu memberikan tawa dan canda sehingga membuat hidup peneliti semakin seru dalam menjalani masa-masa kuliah di Fakultas Ekonomi ini. Terima kasih buat kerja sama dan belajar kelompoknya mulai dari awal kita bertemu, menjalani pahit dan manisnya kuliah di Ekonomi Unej hingga detik-detik terakhir ini.
11. Teman-teman KKN Desa Banjarsari Kecamatan Bangsalsari yang tak henti-hentinya memberi semangat dan motivasi serta do'anya membuat penulis semakin merasa dekat dengan kalian. Terima kasih atas canda dan *sharing* kalian. *Good luck for you..*

12. Teman-teman angkatan 2009 yang tidak bisa disebutkan satu per satu, mengenal kalian membuat peneliti mengerti akan artinya hidup dan kebersamaan. Semangat buat kalian semua!
13. Keluarga besar Halleh Salim Amar, Halah ding, Kak Iis, Wafa', Ellyza dan Syaugi. Terima kasih atas *sharing*, kesabaran, kebersamaan, perhatian dan kritik yang telah diberikan kepada peneliti selama lima tahun. Tawa dan sedih kita adalah pengalaman yang benar-benar berharga bagi peneliti. Tanpa kalian hidup ini tidak akan semanis seperti sekarang. *Thank you for everything...*
14. Almh. Jiddah Latifah Ali makasi Do'anya yang InsyaAllah makbul di setiap malam saat peneliti melakukan ujian semester. Berkat do'a dan didikanmu Jiddaty aku bisa seperti sekarang ini. *Khusnul Khotimah InsyaAllah*
15. Jiddah Cik dan Alm. Jiddih Ahmad atas ketersediaanya mau ditemani peneliti di setiap akhir pekan. Jiddah Cik cerita dan nasihatmu juga yang membuatku semakin mengerti arti hidup. Jiddih Ahmad selama ku menemanimu, rasa tanggung jawabku untuk hari kelak semakin bertambah. *Khusnul Khotimah InsyaAllah Jiidih.*
16. Kak Raihana dan Bang Salim atas ketersediaanya membantu dan menyediakan tempat kala peneliti melakukan penelitian ini di Surabaya. *Sukron Katsir.*
17. Keluarga besar di Bondowoso dan Jember atas bantuan dan perhatian serta semangat yang tidak henti-hentinya diberikan kepada peneliti. Kalian benar-benar berarti dalam hidup ini.
18. The Genk Kronnong Yasir, Umar, Hazmi, Suhail, Fadhil, Ammar, Tamam, Ica, Ijah, Yayah, Fatin yang selalu memberikan tawa dan *softoh* sehingga membuat hidup peneliti semakin seru. Makasi *sharing*, kebersamaan dan saran kalian. Bantuan dan saran kalian memberikan banyak masukan bagi peneliti.

19. Ali Hasan Almuhdhor yang banyak membantu peneliti di segala hal. Mudah-mudahan kau bisa cepat menyusulku. Kesuksesan ada di depan matamu bro. *Good luck ya...*
20. Penghuni rumah di bawah Jembatan Jompo Jember Rayhan, Rajif, Husin, Faris makasi udah jadi obat stres di masa-masa kuliahku.
21. Para penjaga Perpustakaan kampus Unej, yang rela memberikan tempat dan waktu dari pagi hingga malam bagi peneliti untuk mencari *literature* sekaligus sebagai tempat menyusun penelitian ini.
22. Seluruh karyawan dan staff fakultas Ekonomi. Kehadiran kalian adalah warna bagi kehidupan saya selama saya kuliah.
23. Embuk Sakwati atas bantuan sehari hari dirumah. Kesetiaan dan ketelatenan kepada peneliti selama lebih dari sepuluh tahun hingga peneliti menjadi sosok yang seperti sekarang. Mudah-mudahan Allah selalu memberikan yang terbaik.
24. Teman-teman Ikatan Mahasiswa Jammaah (IMAJA) atas motivasi, semangat, canda dan masukannya kepada peneliti.
25. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, untuk segala masukan dan semangat yang diberikan selama ini.

Akhirnya, peneliti sadar bahwa semua ini tidak sempurna. Masih banyak kekurangan dalam pengerjaan skripsi ini. Saran dan kritik akan peneliti terima dengan lapang hati. Semoga karya ini bisa memberikan manfaat bagi kita semua.

Penyusun,

Faid Amar

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
RINGKASAN	viii
<i>SUMMARY</i>	x
PRAKATA	xii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	6
2.1.1. Pengertian Pemasaran	6
2.1.2. Pengertian Usaha Eceran (<i>Retail</i>).....	7
2.1.3. Lingkungan Fisik	8
2.1.4. Kualitas Pelayanan.....	15
2.1.5. Kepuasan Konsumen	17
2.1.6. Pengaruh Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen.....	21
2.1.7. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen ..	22

2.1.8. Pengaruh lingkungan fisik dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.	23
2.2. Penelitian Terdahulu	24
2.3. Kerangka Konseptual.....	26
2.4. Hipotesis	26
BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1. Rancangan Penelitian.....	27
3.2. Jenis dan Sumber Data.....	27
3.3. Identifikasi Variabel	28
3.4. Definisi Operasional Variabel	28
3.5. Populasi dan Sampel.....	31
3.5.1. Teknik Pengumpulan Data	32
3.5.2. Teknik Pengukuran Data	32
3.6. Uji Instrumen	33
3.6.1. Uji Validitas.....	33
3.6.2. Uji Reliabilitas	34
3.7. Metode Analisis Data.....	35
3.7.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
3.7.2. Uji Asumsi Klasik	35
3.8. Uji Hipotesis	38
3.8.1. Uji F.....	38
3.8.2. Analisis Koefisien Determinasi	39
3.8.3. Uji t	39
3.9. Kerangka Pemecahan Masalah	41
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	44
4.2. Deskripsi Responden	45
4.3. Deskripsi Variabel Penelitian	48
4.3.1. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Lingkungan Fisik (X1).....	48
4.3.2. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	53
4.3.3. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	59

4.4. Uji Validitas dan Reliabilitas	61
4.4.1. Uji Validitas	61
4.4.2. Uji Reliabilitas	64
4.5. Analisis Data	64
4.5.1. Analisis Regresi Linier Berganda	64
4.5.2. Uji Asumsi Klasik	65
4.5.3. Uji Hipotesis	69
4.6. Hasil Pembahasan	72
4.6.1. Pengaruh Lingkungan Fisik dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	73
4.6.2. Pengaruh Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen....	73
4.6.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen ..	74
4.6.4. Pengaruh Lingkungan Fisik atau Kualitas Pelayanan yang Paling Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen	75
4.7. Keterbatasan Penelitian.....	75
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	76
5.2. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

2.1. Hasil Penelitian Terdahulu	25
3.1. Tabel keputusan Autokorelasi	37
4.1. Komposisi Responden Menurut Jenis Kelamin.....	45
4.2. Komposisi Responden Menurut Kelompok Usia	45
4.3. Komposisi Responden Menurut Pendidikan Terakhir.....	46
4.4. Komposisi Responden Menurut Jenis Pekerjaan.....	47
4.5. Komposisi Responden Menurut Jumlah Kunjungan	47
4.6. Distribusi Sub-Variabel Lokasi Toko	48
4.7. Distribusi Sub-Variabel Tata Letak Toko.....	49
4.8. Distribusi Sub-Variabel Atmosfer Toko.....	51
4.9. Distribusi Sub-Variabel Keandalan	53
4.10. Distribusi Sub-Variabel Daya Tanggap.....	55
4.11. Distribusi Sub-Variabel Jaminan.....	56
4.12. Distribusi Sub-Variabel Empati.....	57
4.13. Distribusi Sub-Variabel Bukti Fisik	58
4.14. Distribusi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	60
4.15. Uji Validitas Lingkungan Fisik (X1).....	62
4.16. Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)	63
4.17. Uji Coba Validitas Kepuasan Konsumen (Y).....	64
4.18. Hasil Uji Reliabilitas.....	64
4.19. Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linier Berganda	65
4.20. <i>Collinearity statistic</i>	65
4.21. Tabel nilai Durbin-Watson	66
4.22. Tabel Anova.....	69
4.23. Tabel Analisis Koefisien Determinasi	70
4.24. Tabel Pengujian Hipotesis Pertama (H ₁)	71
4.25. Tabel Pengujian Hipotesis kedua (H ₂).....	72

DAFTAR GAMBAR

2.1. Konsep Kepuasan Konsumen	18
2.2. Penyebab utama tidak terpenuhinya harapan pelanggan	19
2.3. Kerangka Konseptual.....	26
3.1. Kerangka Pemecahan Masalah	41
4.1. Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
4.2. Hasil Uji Normalitas	68

DAFTAR LAMPIRAN

Surat Ijin Penelitian dari Fakultas Ekonomi	81
Surat Ijin Penelitian dari Lembaga Penelitian Universitas Jember.....	82
Kuesioner Penelitian	83
Surat Keterangan Selesai Penelitian dari “ <i>Café Glass</i> ”	87
Lampiran 1. Data Hasil Kuesioner Uji Coba.....	88
Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner	89
Lampiran 3. Hasil Uji Coba Validitas	91
Hasil Uji Coba Validitas Lingkungan Fisik (X1).....	91
Hasil Uji Coba Validitas Kualitas Pelayanan (X2).....	94
Hasil Uji Coba Validitas Kepuasan Konsumen (Y)	96
Lampiran 4. Hasil Uji Coba Reliabilitas.....	97
Hasil Uji Coba Reliabilitas Lingkungan Fisik (X1)	97
Hasil Uji Coba Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X2).....	100
Hasil Uji Coba Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)	103
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas	105
Hasil Uji Validitas Lingkungan Fisik (X1)	105
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2).....	108
Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y).....	110
Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas	111
Hasil Uji Reliabilitas Lingkungan Fisik (X1).....	111
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X2)	114
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y).....	117
Lampiran 7. Hasil Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Pengujian Hipotesis	119
Lampiran 7. Hasil Gambar Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Pengujian Hipotesis	122

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berjalannya waktu dan adanya perubahan dewasa ini, perkembangan bisnis di Indonesia menunjukkan bahwa setiap pelaku usaha atau perusahaan harus menghadapi persaingan yang sangat ketat dan semakin kompetitif. Dimana setiap perusahaan dituntut untuk mengenal pasar atau konsumennya sebaik mungkin agar dapat sukses dalam persaingan.

Keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan tergantung dari kemampuan perusahaan terutama manajemen dalam menjalankan usahanya. Semakin ketatnya persaingan maka semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen yang menyebabkan perusahaan harus menempatkan orientasi pada konsumen sebagai tujuan utama.

Konsumen merupakan pihak yang memanfaatkan suatu produk atau jasa dan cenderung memberikan penilaian terhadap mutu produk atau jasa penjualan. Penilaian yang dilakukan berasal dari proses perbandingan dari apa yang mereka terima dengan apa yang mereka harapkan. Mulai dari kemudahan dan kenyamanan, fasilitas dan pelayanan yang memuaskan mulai di perhitungkan oleh konsumen. Agar dapat menarik dan merebut perhatian konsumen, pihak toko perlu mengetahui lingkungan toko yang bagaimana harus diciptakan agar dapat membentuk kepuasan konsumen. oleh karena itu pemasar dipaksa untuk meningkatkan mutu dari manajemen penjualan produknya.

Pesatnya pertumbuhan dan banyaknya pesaing yang muncul, maka perusahaan harus bisa bertahan hidup atau bahkan bisa memenangkan persaingan dalam dunia usaha yang di gelutinya. Agar dapat bertahan dan memenangkan maka pengusaha wajib bisa bahkan pandai menawarkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki tokonya masing-masing. Misalkan lingkungan fisiknya seperti lokasi yang strategis, tata letak yang baik, atmosfer yang diharapkan konsumen,

dan kualitas pelayanan yang baik yang dapat menarik konsumen untuk berbelanja di tempat tersebut.

Lokasi menentukan prestasi, itulah mengapa pemilihan lokasi sangat penting. Lokasi toko (*store location*) adalah aspek penting dalam strategi saluran distribusi. Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat (lalu lintas kendaraan, fasilitas parkir dan transportasi umum), dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian para konsumen. Disamping itu, keputusan pemilihan lokasi toko juga mencerminkan komitmen jangka panjang perusahaan dalam hal keuangan, sehingga mengubah lokasi buruk, terkadang sulit dilaksanakan dan sangat mahal (Peter dan Olson, 1999:459).

Tata letak (*store layout*) dapat memberikan dampak yang besar bagi konsumen. Pada tingkat yang paling mendasar, tata letak mempengaruhi faktor-faktor seperti berapa lama konsumen akan berada dalam toko, berapa banyak produk yang mengalami kontak pandang dengan konsumen dan jalur mana dalam toko yang akan dilalui oleh konsumen. Faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi apa dan bagaimana suatu pembelian dilakukan (Peter dan Olson, 1999:461). Atmosfer toko meliputi tata cahaya, ketinggian langit-langit, *temperature* dalam toko, warna, musik, ruang rak dan *display*.

Sejalan dengan semakin menjamurnya usaha bisnis eceran yang menawarkan produk yang sama, maka perbedaan yang sangat tipis sekalipun pada lingkungan toko dapat berdampak pada kuatnya pangsa pasar dan sifat fisik dari lingkungan eceran yang sering disebut sebagai *store atmospherics*. Seperti yang diungkapkan oleh Engel, Blackwell dan Miniard (1994 : 240) yaitu:

“*Atmospherics* suatu toko dapat mempunyai sejumlah efek yang diharapkan pada konsumen. Pertama, *Atmospherics* dapat membantu membentuk arah maupun durasi perhatian konsumen, sehingga meningkatkan kemungkinan pembelian untuk produk yang mungkin saja terabaikan. Kedua, lingkungan eceran dapat mengekspresikan berbagai aspek mengenai toko pada konsumen, seperti khalayak yang dimaksud dan penempatan”

Menurut Sopiah dan Syihabudhin (2008:144) penetapan harga berkaitan juga dengan ketiga faktor diatas. Produk-produk yang tergolong kelas rata-rata dan dijual di lokasi biasa akan dijual dengan harga yang umum. Sementara produk-produk yang eksklusif yang unik dan dijual di lokasi yang strategis dengan sedikit pesaing akan dijual dengan harga yang tinggi. Sebaliknya produk yang sangat populer dan banyak dibuat orang yang tersebar hingga ke pelosok akan dijual dengan harga yang lebih rendah daripada harga pasar atau harga umum.

Semua bisnis, baik yang bergerak dalam bidang manufaktur dengan *outcome*-nya berupa barang maupun yang berupa jasa, dalam aktivitas sehari-harinya tidak akan lepas dari aspek pelayanan. Demikian pula dalam bisnis eceran atau ritel (*retail*) yang memang sangat tergantung pada pelayanan. Menurut Kotler (1997:83) kualitas jasa merupakan satu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang dipersepsi dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Dibangun oleh SDM yang baik, dengan keterampilan, kemampuan, sikap, dan komitmenlah akan diperoleh kualitas jasa yang baik dan kepuasan para konsumen.

“*Café Glass*” *kitchenware superstore* merupakan toko yang menyediakan berbagai macam peralatan dapur seperti pecah belah, *stainless steel* dan perlengkapan rumah tangga lainnya yang didirikan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu “*Café Glass*” melaksanakan strategi yang mengedepankan lingkungan fisik dan pelayanan yang baik untuk menciptakan kepuasan konsumen yang optimal dengan harapan dapat meningkatkan minat dan daya beli. Konsumen dan pengunjungnya berasal dari berbagai kalangan dan daerah baik itu pekerja, mahasiswa, ibu rumah tangga, siswa sekolah kejuruan dan lain-lain. Sehingga dengan strategi yang dipilihnya menyebabkan barang-barang yang eksklusif di sini memiliki harga yang lebih tinggi.

Dengan melihat kondisi diatas, jelaslah sudah bahwa kepuasan konsumen haruslah menjadi salah satu tujuan utama setiap pengelola toko pecah belah dan

peralatan rumah tangga. Dari uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Lingkungan Fisik Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Berbelanja di “*Café Glass*” *Kitchenware Superstore* Surabaya.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian dan latar belakang permasalahan tersebut maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah lingkungan fisik dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di “*Café Glass*” *kitchenware superstore* Surabaya?
- b. Apakah lingkungan fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di “*Café Glass*” *kitchenware superstore* Surabaya?
- c. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di “*Café Glass*” *kitchenware superstore* Surabaya?
- d. Dari lingkungan fisik dan kualitas pelayanan mana yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di “*Café Glass*” *kitchenware superstore* Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk menguji pengaruh lingkungan fisik dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di “*Café Glass*” *kitchenware superstore* Surabaya.
- b. Untuk menguji signifikansi pengaruh lingkungan fisik terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di “*Café Glass*” *kitchenware superstore* Surabaya.
- c. Untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di “*Café Glass*” *kitchenware superstore* Surabaya.

- d. Untuk menguji dari ke dua variabel yaitu lingkungan fisik dan kualitas pelayanan mana yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di “*Café Glass*” *kitchenware superstore* Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi “*Café Glass*” *Kitchenware Superstore*

Sebagai bahan pertimbangan untuk pihak manajemen dalam penentuan lingkungan fisik dan kualitas pelayanan yang dapat menciptakan kepuasan konsumen.

1.4.2 Bagi Akademis

Sebagai sumbangan dan tambahan pengetahuan tentang keadaan toko retail sebenarnya saat ini beserta permasalahannya, khususnya dalam hal lingkungan fisik dan kualitas pelayanan. Penelitian ini juga dapat dijadikan pertimbangan bagi aplikasi teori dalam dunia nyata.

1.4.3 Bagi Peneliti

Dapat digunakan sebagai informasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya yang memiliki kaitan dalam bidang yang sama (lingkungan fisik dan kualitas pelayanan).