

**PENGARUH ATMOSFIR TOKO, KELENGKAPAN PRODUK,  
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA TOKO ALIEF KOTA KEDIRI**



**Oleh :**

**VEDA GALIH PRATAMA**

**13.1.02.02.0255**

**Dibimbing oleh :**

- 1. Drs. Ec. Ichsannudin, M.M.**
- 2. Rino Sardanto, M.Pd.**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI  
2018**



## SURAT PERNYATAAN ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

**Yang bertanda tangan dibawah ini :**

Nama Lengkap : Veda Galih Pratama  
NPM : 13.1.02.02.0255  
Telepon/HP : 0815 5425 4616  
Alamat Surel (Email) : veda.galih@gmail.com  
Judul Artikel : Pengaruh Atmosfir toko, Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Alief Kota Kediri  
Fakultas – Program Studi : Ekonomi – Manajemen  
Nama Perguruan Tinggi : Universitas Nusantara PGRI Kediri  
Alamat Perguruan Tinggi : Jln. KH. Ahmad Dahlan No. 77, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur

Dengan ini menyatakan bahwa :

- Artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
- Artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan saya atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggung jawab dan diproses dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui,

Kediri, 30 Januari 2018

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Penulis,

Drs. Ec. Ichsanudin, M.M.  
NIDN. 0723105703

Rino Sardanto, M.Pd.  
NIDN. 0730127403

Veda Galih Pratama  
NPM. 13.1.02.02.0255

---

# PENGARUH ATMOSFIR TOKO, KELENGKAPAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO ALIEF KOTA KEDIRI

Veda Galih Pratama

13.1.02.02.0255

Ekonomi – Manajemen

veda.galih@gmail.com

Pembimbing 1 :

Drs. Ec. Ichsanudin, M.M.

Pembimbing 2 :

Rino Sardanto, M.Pd.

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan di bidang bisnis ritel, khususnya toko swalayan yang ditandai dengan banyak bermunculan toko-toko swalayan dalam beberapa tahun belakangan ini. Penelitian ini dilakukan pada Toko Alief Kediri. Penelitian ini untuk mengetahui : (1) Pengaruh secara parsial atmosfir toko, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Alief Kediri. (2) Pengaruh signifikan secara simultan atmosfir toko, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Alief Kediri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik penelitian ini adalah deskriptif dan *survey*. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 40 responden, dengan menggunakan *accidental sampling*. Analisis yang digunakan meliputi uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis (uji t dan uji F) dan uji koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS *versi 23 for windows*.

Hasil penelitian menemukan bahwa : (1) Secara parsial atmosfir toko, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Alief. (2) Secara simultan atmosfir toko, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Alief Kediri. Ketiga variabel ini berpengaruh sebesar 68,8% terhadap kepuasan konsumen dengan sisanya sebesar 31,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

**KATA KUNCI** : Atmosfir Toko, Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

## A. LATAR BELAKANG

Secara umum tujuan perusahaan adalah supaya terus bisa bertahan hidup dan mendapatkan laba secara maksimum. Sebagai upaya merealisasikan tujuan tersebut maka perusahaan harus melakukan aktivitas usaha dengan bekerja secara efisien dan efektif. Kegiatan kegiatan yang

dilakukan oleh perusahaan dengan berusaha meningkatkan penjualan, yang dijalankan dengan cara menata usahanya sedemikian rupa agar menimbulkan daya tarik bagi konsumen. Disamping itu produk yang diperjual belikan dijamin tepat, berkualitas agar tetap konsisten yang membeli merasa cocok antara apa

yang diinginkan dengan produk yang dikonsumsi. Tidak kalah pentingnya agar konsumen senang, merasa dihargai dan dimanjakan maka pelayanan hendaknya dilakukan dengan baik, ramah dan cepat.

Menurut Aprindo, Indonesia dengan jumlah penduduk sekitar 253 juta jiwa dengan total konsumsi sekitar Rp. 3.600-an triliun merupakan pasar potensial bagi bisnis ritel modern. Ini didukung oleh perilaku berbelanja penduduk Indonesia yang sudah mulai bergeser, dari berbelanja di pasar tradisional menuju ritel modern. Dengan dibukanya pintu masuk bagi para peritel asing sebagaimana Keputusan Presiden No. 118/2000 yang telah mengeluarkan bisnis ritel dari *negative list* bagi penanaman modal asing (PMA), sejak itu ritel asing mulai marak masuk ke Indonesia. Masuknya ritel asing dalam bisnis ini menunjukkan bisnis ini sangat menguntungkan. Namun di sisi lain, masuknya hipermarket asing yang semakin ekspansif memperluas jaringan gerainya, dapat menjadi ancaman bagi peritel lokal. Semakin maraknya ritel modern tentu saja menimbulkan persaingan sesama ritel modern tersebut. Selain itu, maraknya ritel modern memudahkan konsumen untuk memilih ritel yang disukai dan

cocok dengan keinginan konsumen. Sehingga konsumen dengan mudah bisa berganti ritel modern yang dikunjungi, atau tetap loyal dengan satu ritel karena sudah merasa cocok.

Seiring dengan perkembangan gaya hidup semakin modern, perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian suatu produk juga ikut beragam. Untuk itu ritel modern juga harus berupaya untuk memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pasar sasaran. Oleh karena itu peritel modern harus mampu membuat konsumen merasa puas terhadap produk yang ditawarkan. Konsumen kini memiliki tuntutan nilai yang lebih besar dan beragam karena dihadapkan pada berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat mereka beli. Dalam hal ini penjual harus dapat memberikan kualitas barang yang baik. Begitu pula dengan kelengkapan produk yang ditawarkan (*variety*) juga sangat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Dalam hal ini konsumen juga mereaksi tentang atmosphere store. Apabila layout toko bagus dan dapat menemukan produk yang diinginkan. Sehingga dapat menimbulkan rasa kepuasan tersendiri bagi konsumen, karena dapat menemukan produk yang diinginkan dengan cepat. Disisi lain,

kualitas pelayanan dalam hal ini juga sangat berpengaruh dalam menentukan apakah konsumen akan merasa puas atau tidak saat melakukan pembelian di toko. Karena konsumen akan merasa puas apabila dilayani dengan baik oleh pegawai toko, begitu juga dengan sebaliknya.

Toko Alief Kediri merupakan unit kios penjualan yang didirikan secara pribadi. Toko retail mulai didirikan pada tahun 1989 dan bertahan sampai saat ini. Toko Alief sudah mempunyai 2 (dua) kios toko yang berada saling berdekatan. Toko ini sangat berkembang pesat dengan melayani berbagai kebutuhan masyarakat. Namun seiring dengan banyaknya pesaing-pesaing lain yang mulai menggeluti bisnis usaha retail tersebut, di tambah dengan semakin gencarnya arus globalisasi dan teknologi yang berdampak pada bermunculnya usaha-usaha *minimarket* yang menawarkan sebuah perubahan *lifestyle* atau gaya hidup yang mengakibatkan perubahan pola perilaku konsumen di Indonesia. Fenomena di atas tentu saja berimbas langsung pada omset penjualan Toko Alief yang mengalami kondisi ketidakstabilan atau fluktuasi dari periode ke periode berikutnya.

## B. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang diperoleh adalah data yang bersifat angka-angka yang berasal dari jawaban pertanyaan responden. Pendekatan kuantitatif nantinya akan didukung dengan kualitatif dalam bentuk pertanyaan yang membutuhkan alternatif jawaban dan diukur menggunakan skala deskriptif (1 – 5).

Pengambilan sampel dalam penelitian ini berdasarkan teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2014:121). Hal ini dilakukan agar dapat memudahkan saat pembagian kuesioner. Dalam penelitian ini yang dipilih sebagai responden adalah konsumen Toko Alief Kota Kediri. Jumlah sampel yang digunakan adalah 40 orang responden dengan penentuan sampel menggunakan rumus Sugiyono (2014:120) :

$$10 \times \text{jumlah variabel} = n$$

$$10 \times 4 = 40$$

Untuk memudahkan penelitian maka jumlah sampel ditetapkan sebanyak 40 orang. Jumlah responden

sebanyak 40 orang tersebut dianggap sudah representatif karena sudah besar dari batas minimal sampel.

#### Teknik Pengumpulan Data

##### a. Wawancara

Pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan wawancara langsung dengan pihak yang dianggap perlu dan berhubungan dengan obyek penelitian.

##### b. Kuesioner

Pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan daftar pertanyaan secara tertulis kepada responden.

##### c. Observasi

Suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.

##### d. Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dengan menggunakan buku dan mempelajari ilmu literatur yang berhubungan dengan penelitian.

### C. HASIL DAN KESIMPULAN

Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi hasil sebesar 0,035 tersebut  $< 0,05$ , atau bisa dilihat dari t hitung  $2,310 > 2,028$ , dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa atmosfir toko

berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Variabel kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen diperoleh taraf signifikansi hasil sebesar 0,000 tersebut  $< 0,05$ , atau bisa dilihat dari t hitung  $3,841 > 2,028$ , dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Sedangkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperoleh taraf signifikansi hasil sebesar 0,046 tersebut  $< 0,05$ , atau bisa dilihat dari t hitung  $2,444 > 2,028$ , dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa secara simultan atmosfir toko, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan tabel 4.12, diperoleh nilai signifikan Uji F sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05 atau 5%, atau bisa dilihat dari t hitung  $2,310 > 2,028$ ,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan

bahwa secara simultan atmosfir toko, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dengan nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,688 yang berarti bahwa 68,8% kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai pengaruh atmosfir toko, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada toko Alief Kediri maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Atmosfir toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko Alief Kediri.
2. Kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko Alief Kediri.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko Alief Kediri.
4. Secara simultan atmosfir toko, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko Alief Kediri.

#### D. DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabet.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Azwar, Syaifuddin. 2010. *Metode Penelitian*. Yogyakarta. Pustaka Belajar.
- Berman, B., & Evans, J. (2010). *Retail Management 11th*. New Jersey: PrenticeHall.
- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehati Calaa, Jurnal EMBA, Vol.1 No.3.
- Foster, B. (2008). *Manajemen Ritel*. Bandung: Alfabet.
- Gozhali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 2*. Semarang: BP UNDIP.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS (edisi kelima)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hafidzi, A. A. (2013). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Swalayan Bravo di Kota Bojonegoro).
- Heryati, E. (2015). Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere, Private Brand terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hypermart Puri Jakarta.

- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C., & Lauren K. Wright, (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Ahli bahasa Agus Widyantoro, Cetakan Kedua, Jakarta: PT. INDEKS.
- Maaruf, H. (2005). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Nurdiansyah, M. D., & Matadji. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Atmosfir Toko terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Buku Togamas Gajah Mada Sidoarjo.
- Perkembangan Ritel, tersedia : [www.aprindo.net](http://www.aprindo.net), diakses Jumat 8 Desember 2017, pukul 19.56 WIB.
- Perkembangan Ritel Indonesia tahun 2017 : [www.marketing.co.id](http://www.marketing.co.id), diakses 23 November 2017 pukul 23.45 WIB.
- Prabowo, W. N. (2016). Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Empiris Pada Konsumen Indomaret di Kabupaten Karanganyar).
- Putranto, T. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasional VI Yogyakarta).
- Raharjani. (2005). Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan sebagai Tempat Berbelanja*, Volume 1 No. 2.
- Ratna, Utami, & Sunarso. (2017). Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keberagaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Kopi Sragen Cafe dan Resto.
- Sabran, L. d. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R & D*. Bandung: Alfabet.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, Kuesioner & Analisis Data*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen Bisnis Ritel*. Jakarta: CAPS.
- Swastha, B., Dharmesta, & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. (2011). *Service Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, C. (2008). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.