

## ABSTRACT

The problem of study is learning and analysis an influence of implementation of store atmosphere on customer satisfaction at Game Master, while the objective is to find out an implementation of store atmosphere at Game Master, review a customer response toward the implementation and know of positive effect of implementation toward customer satisfaction at Game Master.

A method of research is causal. Data of research are collected by interview, questionnaire, and observation. Total samples are 100 respondents of Game Master's customers.

By qualitative data analysis result, it is can see by implementation indicators of store atmosphere (X) and customer satisfaction (Y). Response of customer toward the implementation of store atmosphere at Game Master is appropriate, which it indicated by total average score of 3.97 and response of respondent toward customer satisfaction on implementation is 3.98; which it shows that the Game Master's visitors is satisfy on implementation of store atmosphere of Game Master.

By qualitative data analysis result on customer statement, data analyzed by quantitative data analysis—testing questionnaire validity and reliability in implementation of store atmosphere on customer satisfaction with valid and reliable results; use two normality assumption test by P-Plot and Observed Cum Prob in to find out a positive effect of store atmosphere implementation on costumer satisfaction, and use a inductive simply linear regression test, and obtained regression equation of  $Y = 2.058 + 0.977X$ , and yield  $t_{\text{account}}$  of 33.389  $> t_{\text{table}}$  1.663; the score take place in rejection area of  $H_0$ . Thus, the hypothesis has presented arguing that **“there is a positive influence between implementation of store atmosphere on customer satisfaction at Game Master,”** is accepted.

## ABSTRAK

Permasalahannya adalah mempelajari dan menganalisa pengaruh pelaksanaan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen di Game Master, sedangkan yang menjadi tujuannya adalah untuk mengetahui pelaksanaan *store atmosphere* di Game Master, mempelajari tanggapan konsumen terhadap pelaksanaan *store atmosphere* di Game Master dan mengetahui apakah terdapat pengaruh positif pelaksanaan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada Game master.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kausal. Data yang diperlukan untuk penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara, kuesioner, dan pengamatan/observasi. Jumlah sampel yang diambil sebesar 100 responden, yang menjadi dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengunjungi Game Master.

Dari hasil analisis data kualitatif, maka dapat dilihat dari hasil indikator-indikator pelaksanaan *store atmosphere* (X) dan kepuasan konsumen (Y). Pernyataan konsumen atas pelaksanaan *store atmosphere* di Game Master adalah baik, yang ditunjukkan dengan nilai rata-rata secara keseluruhan adalah 3,97 dan pernyataan responden terhadap kepuasan konsumen pada pelaksanaan *store atmosphere* di Game Master adalah 3,98 hal ini menunjukkan bahwa pengunjung Game Master puas dengan pelaksanaan *store atmosphere* yang ada di Game Master.

Dari hasil analisis data kualitatif mengenai pernyataan dari konsumen tersebut maka data dianalisis dengan menggunakan analisis data kuantitatif, yaitu dengan pengujian validitas dan reliabilitas kuesioner pada pelaksanaan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen yang dinyatakan valid dan reliabel, menggunakan dua uji asumsi normalitas yaitu dengan menggunakan *P-Plot* dan *Observed Cum Prob*, untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif pelaksanaan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen, maka dilakukan dengan pengujian Regresi Linier Sederhana Induktif dan di peroleh persamaan Regresi  $Y = 2.058 + 0.977X$ , maka diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar  $33,389 > t_{tabel}$  1,663, maka angka ini berada di daerah penolakan  $H_0$ . Dengan demikian hipotesis yang diajukan peneliti, yaitu: **“Terdapat Pengaruh Positif Antara Pelaksanaan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Game Master”**, dapat diterima.

## DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT .....	i
ABSTRAK .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	4
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Kegunaan Penelitian .....	5
<b>BAB II     TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b>	
2.1. Tinjauan Pustaka .....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	7
2.1.2 Pemasaran Ritel (Retail Marketing).....	9
2.1.3. Ritel .....	10
2.1.3.1. Pengertian Retailing .....	10
2.1.3.2. Bauran Komunikasi Ritel .....	12
2.1.4. <i>Store Atmosphere</i> .....	13

2.1.4.1.	Pengertian <i>Store Atmosphere</i> .....	13
2.1.4.2.	Elemen-elemen <i>Store Atmosphere</i> .....	15
2.1.5.	Motif Individu .....	25
2.1.6.	Kepuasan Konsumen .....	27
2.1.6.1.	Pengertian Kepuasan Konsumen .....	27
2.1.6.2.	Teori-teori Tentang Kepuasan Konsumen .....	28
2.1.6.3.	Faktor Penentu Kepuasan Konsumen ..	31
2.1.7.	Pelaksanaan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan Konsumen .....	32
2.2.	Kerangka Pemikiran .....	35
2.3.	Hipotesis Penelitian .....	41

### **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

3.1.	Objek Penelitian .....	42
3.1.1.	Sejarah Singkat Perusahaan .....	42
3.1.2.	Struktur Organisasi .....	44
3.2.	Metode Penelitian .....	48
3.2.1.	Pengukuran .....	48
3.2.2.	Definisi Operasional Variabel .....	49
3.2.3.	Populasi .....	52
3.2.3.1.	Pemilihan Sampel .....	52

3.2.3.2.	Jumlah Sampel .....	53
3.2.3.3.	Pengumpulan Data .....	54
3.3.	Analisis Data .....	56
3.3.1.	Analisis Kualitatif .....	56
3.3.2.	Analisis Kuantitatif .....	57
3.3.2.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	58
3.3.2.2.	Pengujian Regresi Linier Sederhana Induktif .....	60

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1.	Analisis Kualitatif .....	63
4.1.1.	Analisis Kualitatif Pelaksanaan <i>Store</i> <i>Atmosphere</i> .....	70
4.1.2.	Analisis Kualitatif Kepuasan Konsumen .....	87
4.2.	Analisis Kuantitatif .....	112
4.2.1.	Analisis Kuantitatif untuk Uji Validitas dan Reliabilitas .....	113
4.2.2.	Analisis Kuantitatif Pengujian Regresi Linier Sederhana Induktif .....	113

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan .....	118
5.2. Saran .....	122

### **Daftar Pustaka**

### **Lampiran**

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
2.1.	Elemen <i>Store Atmosphere</i>	24
2.2.	Bagan Teori	34
2.3.	Bagan Kerangka Pemikiran	37
3.1.	Struktur Organisasi Game Master di Bandung	44

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
3.1.	Operasional Variabel Pelaksanaan <i>Store Atmosphere</i> (X) .....	50
3.2.	Operasional Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....	51
4.1.	Jenis Kelamin Responden .....	64
4.2.	Usia Responden .....	64
4.3.	Pekerjaan Responden .....	65
4.4.	Penghasilan Responden .....	66
4.5.	Pendidikan Responden .....	67
4.6.	Papan Nama .....	71
4.7.	Pintu Masuk .....	72
4.8.	Luas Bangunan .....	72
4.9.	Desain Ruangan .....	73
4.10.	Keamanan .....	74
4.11.	Cahaya Ruangan .....	74
4.12.	Warna Dinding .....	75
4.13.	Suhu Udara .....	76
4.14.	Keramahan Karyawan .....	76
4.15.	Kebersihan Ruangan .....	77
4.16.	Sistem Pembayaran .....	78
4.17.	Rak Barang .....	78



4.18.	Dekorasi Ruangan .....	79
4.19.	Jenis-jenis Barang .....	80
4.20.	Penataan Barang .....	80
4.21.	Tata Letak Permainan .....	81
4.22.	Kelompok Permainan dan Barang .....	82
4.23.	Fasilitas Ruangan .....	82
4.24.	Majalah Istana Plaza .....	83
4.25.	Media Massa .....	84
4.25.	Internet .....	84
4.27.	Tanggapan konsumen Terhadap Pelaksanaan <i>Store Atmosphere</i> .....	86
4.28.	Kepuasan Konsumen Terhadap Papan Nama .....	88
4.29.	Kepuasan Konsumen Terhadap Pintu Masuk .....	88
4.30.	Kepuasan Konsumen Terhadap Luas Ruangan .....	89
4.31.	Kepuasan Konsumen Terhadap Desain Ruangan .....	90
4.32.	Kepuasan Konsumen Terhadap Keamanan .....	90
4.33.	Kepuasan Konsumen Terhadap Cahaya Ruangan .....	91
4.34.	Kepuasan Konsumen Terhadap Warna Dinding .....	92
4.35.	Kepuasan Konsumen Terhadap Suhu Udara .....	92
4.36.	Kepuasan Konsumen Terhadap Keramahan Karyawan .....	93
4.37.	Kepuasan Konsumen Terhadap Kebersihan Ruangan .....	94
4.38.	Kepuasan Konsumen Terhadap Sistem Pembayaran .....	94

4.39.	Kepuasan Konsumen Terhadap Rak Barang .....	95
4.40.	Kepuasan Konsumen Dekorasi Ruangan .....	96
4.41.	Kepuasan Konsumen Jenis-jenis Barang .....	97
4.42.	Kepuasan Konsumen Terhadap Penataan Barang .....	98
4.43.	Kepuasan Konsumen Terhadap Tata Letak Permainan .....	98
4.44.	Kepuasan Konsumen Terhadap Kelompok Permainan dan Barang .....	99
4.45.	Kepuasan Konsumen Terhadap Fasilitas Ruangan .....	100
4.46.	Kepuasan Konsumen Terhadap Majalah Istana Plaza .....	101
4.47.	Kepuasan Konsumen Terhadap Media Massa .....	102
4.48.	Kepuasan Konsumen Terhadap Internet .....	102
4.49.	Pernyataan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen .....	104