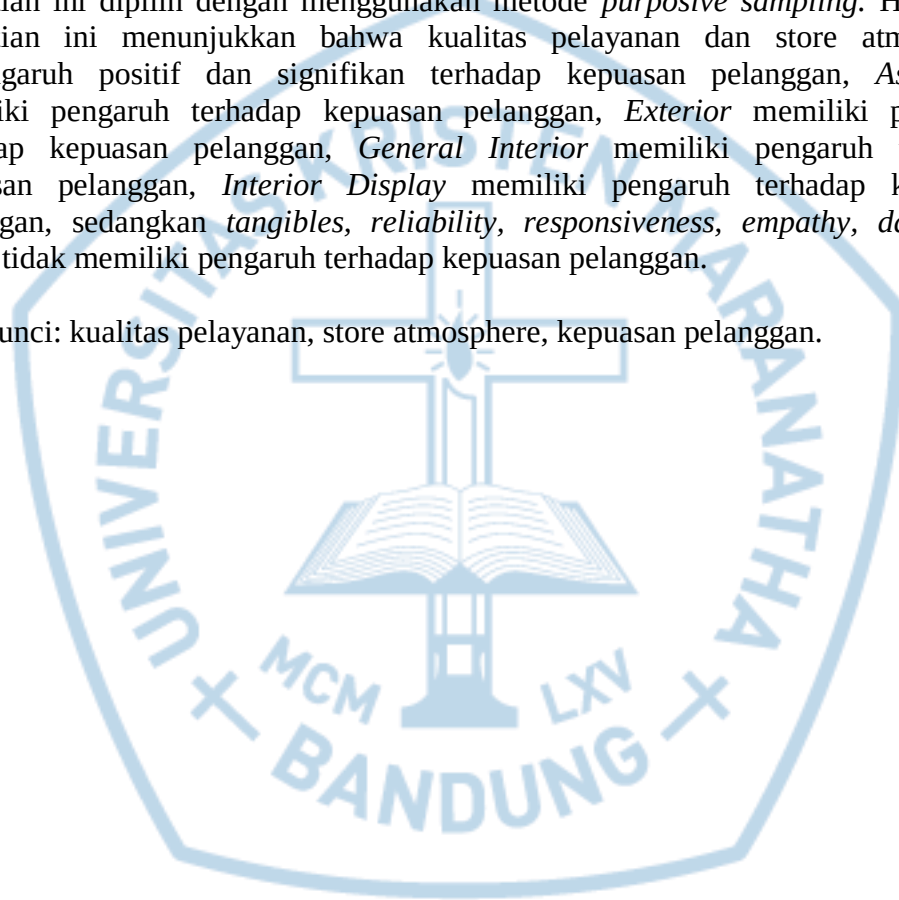


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti empirik mengenai pengaruh kepuasan pelanggan pada Truno Grooming Room Bandung. Variabel independen yang digunakan adalah kualitas pelayanan yang diukur dengan (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emaphy*) dan store atmosphere yang diukur dengan (*Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Display*) sedangkan variabel dependennya adalah aktivitas kepuasan pelanggan (diukur dengan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, Harga, dan Biaya). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Truno Grooming Room Bandung. Sampel penelitian ini dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan store atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, *Assurance* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, *Exterior* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, *General Interior* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, *Interior Display* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan *tangibles, reliability, responsiveness, empathy, dan store layout* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: kualitas pelayanan, store atmosphere, kepuasan pelanggan.



ABSTRACT

This study aims to find empirical evidence about the influence of customer satisfaction on Truno Grooming Room Bandung. The independent variables used were the quality of service as measured by (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy) and the atmosphere of the store as measured by (Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Display) while the dependent variable is the activity of customer satisfaction (as measured by Quality Product, Service Quality, Emotional, Prices and Costs). The sample used in this study is the customer Truno Grooming Room Bandung. The research sample is selected using purposive sampling method. Results from this study indicate that service quality and store atmosphere positive and significant impact on customer satisfaction, Assurance has an influence on customer satisfaction, Exterior has an influence on customer satisfaction, General Interior has an influence on customer satisfaction, Interior Display has an influence on customer satisfaction, while tangibles, reliability, responsiveness, empathy, and store layout has no influence on customer satisfaction.

Keywords: service quality, store atmosphere, customer satisfaction.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	 8
2.1 Kajian Pustaka	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	9

2.1.3 Pengertian Jasa	10
2.1.3.1 Karakteristik Jasa	11
2.1.4 Kualitas Pelayanan	13
2.1.4.1 Pengertian Kualitas	13
2.1.4.2 Pengertian Pelayanan	14
2.1.4.3 Pengertian Kualitas Pelayanan	15
2.1.4.4 Dimensi Kualitas Pelayanan	16
2.1.4.5 Model Konseptual Kualitas Pelayanan	19
2.1.5 <i>Retailing</i> (Usaha Eceran)	23
2.1.5.1 Jenis Usaha Pengecer	25
2.1.6 <i>Store Atmosphere</i>	26
2.1.6.1 Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	27
2.1.6.2 Elemen <i>Store Atmosphere</i>	28
2.1.7 Kepuasan Pelanggan	36
2.1.7.1 Definisi Kepuasan Pelanggan	37
2.1.7.2 Faktor Yang Menentukan Tingkat Kepuasan	38
2.1.7.3 Mengukur Kepuasan Pelanggan	39
2.2 Penelitian Terdahulu	42
2.3 Rerangka Teoritis	44
2.4 Rerangka Pemikiran	45
 BAB III METODE PENELITIAN	 46
3.1 Jenis Penelitian	46
3.2 Populasi dan Sampel	46

3.3 Teknik Penambilan Sampel	47
3.4 Devinisi Operasional Variabel.....	48
3.5 Metode Pengumpulan Data	50
3.6 Uji Instrumen.....	51
3.6.1 Uji Validitas	51
3.6.2 Uji Reliabilitas	51
3.7 Uji Data.....	52
3.7.1 Uji Normalitas.....	52
3.7.2 Uji Multikolinearitas	53
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas.....	54
3.8 Metode Pengujian Hipotesis.....	54
3.9 Uji F.....	57
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 58
4.1 Profil Responden	58
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Domisili Bandung	59
4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X1.....	59
4.2.1 Tanggapan Responden Variabel X1 ₁ (<i>Tangibles 1</i>)	59
4.2.2 Tanggapan Responden Variabel X1 ₂ (<i>Tangibles 2</i>)	60
4.2.3 Tanggapan Responden Variabel X1 ₃ (<i>Tangibles 3</i>)	61
4.2.4 Tanggapan Responden Variabel X1 ₄ (<i>Reliability 1</i>)	61
4.2.5 Tanggapan Responden Variabel X1 ₅ (<i>Reliability 2</i>).....	62
4.2.6 Tanggapan Responden Variabel X1 ₆ (<i>Reliability 3</i>).....	63

4.2.7 Tanggapan Responden Variabel X1 ₇ (<i>Responsiveness 1</i>).....	63
4.2.8 Tanggapan Responden Variabel X1 ₈ (<i>Responsiveness 2</i>).....	64
4.2.9 Tanggapan Responden Variabel X1 ₉ (<i>Responsiveness 3</i>).....	65
4.2.10 Tanggapan Responden Variabel X1 ₁₀ (<i>Assurance 1</i>).....	65
4.2.11 Tanggapan Responden Variabel X1 ₁₁ (<i>Assurance 2</i>).....	66
4.2.12 Tanggapan Responden Variabel X1 ₁₂ (<i>Assurance 3</i>).....	67
4.2.13 Tanggapan Responden Variabel X1 ₁₃ (<i>Empathy 1</i>).....	67
4.2.14 Tanggapan Responden Variabel X1 ₁₄ (<i>Empathy 2</i>).....	68
4.2.15 Tanggapan Responden Variabel X1 ₁₅ (<i>Empathy 3</i>).....	69
4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X2	69
4.3.1 Tanggapan Responden Variabel X2 ₁ (<i>Eksterior 1</i>).....	69
4.3.2 Tanggapan Responden Variabel X2 ₂ (<i>Eksterior 2</i>).....	70
4.3.3 Tanggapan Responden Variabel X2 ₃ (<i>Eksterior 3</i>).....	70
4.3.4 Tanggapan Responden Variabel X2 ₄ (<i>General Interior 1</i>).....	71
4.3.5 Tanggapan Responden Variabel X2 ₅ (<i>General Interior 2</i>).....	72
4.3.6 Tanggapan Responden Variabel X2 ₆ (<i>General Interior 3</i>).....	72
4.3.7 Tanggapan Responden Variabel X2 ₇ (<i>General Interior 4</i>).....	73
4.3.8 Tanggapan Responden Variabel X2 ₈ (<i>Store Layout 1</i>).....	74
4.3.9 Tanggapan Responden Variabel X2 ₉ (<i>Store Layout 2</i>).....	74
4.3.10 Tanggapan Responden Variabel X2 ₁₀ (<i>Store Layout 3</i>).....	75
4.3.11 Tanggapan Responden Variabel X2 ₁₁ (<i>Interior Display 1</i>)	76
4.3.12 Tanggapan Responden Variabel X2 ₁₂ (<i>Interior Display 2</i>)	76
4.3.13 Tanggapan Responden Variabel X2 ₁₃ (<i>Interior Display 3</i>)	77
4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)	78

4.4.1 Tanggapan Responden Variabel Y_1 (Kepuasan Pelanggan 1)	78
4.4.2 Tanggapan Responden Variabel Y_2 (Kepuasan Pelanggan 2)	78
4.4.3 Tanggapan Responden Variabel Y_3 (Kepuasan Pelanggan 3)	79
4.4.4 Tanggapan Responden Variabel Y_4 (Kepuasan Pelanggan 4)	80
4.4.5 Tanggapan Responden Variabel Y_5 (Kepuasan Pelanggan 5)	80
4.5 Uji Instrumen Penelitian	81
4.5.1 Uji Validitas	81
4.5.2 Uji Reliabilitas	86
4.6 Hasil Penelitian	86
4.6.1 Uji Normalitas	87
4.6.2 Uji Heterokedastisitas	89
4.6.3 Uji Multikolinearitas	90
4.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda	91
4.6.5 Koefisien Determinasi Berganda	94
4.7 Pengujian Hipotesis	95
4.7.1 Uji Signifikan Parsial (Uji-T)	95
4.7.2 Uji Signifikan Simultan (Uji-F)	102
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	104
5.1 Simpulan	104
5.2 Keterbatasan dan Saran	104
5.2.1 Keterbatasan	104
5.2.2 Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	107

LAMPIRAN	110
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	146



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Konseptual Kualitas Pelayanan	20
Gambar 4. 1 Uji Heteroskedastisitas	89



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	26
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	27
Tabel 4. 1 Usia	58
Tabel 4. 2 Pernah Berkunjung.....	59
Tabel 4. 3 TGR memiliki peralatan yang berpenampilan modern.....	59
Tabel 4. 4 Fasilitas Fisik TGR menarik secara visual.....	60
Tabel 4. 5 Karyawan TGR berpenampilan rapi	61
Tabel 4. 6 TGR memberikan pelayanan secara tepat sejak awal.....	61
Tabel 4. 7 TGR menyediakan layanannya sesuai dengan waktu yang dijanjikan	62
Tabel 4. 8 TGR membantu menyelesaikan masalah anda	63
Tabel 4. 9 Karyawan TGR memberitahu kapan pastinya layanan diberikan.....	63
Tabel 4. 10 Karyawan TGR selalu bersedia membantu anda	64
Tabel 4. 11 Karyawan TGR tidak pernah terlalu sibuk merespon permintaan.....	65
Tabel 4. 12 Perilaku karyawan TGR membuat pelanggan mempercayai mereka	65
Tabel 4. 13 Anda merasa aman bertransaksi dengan TGR	66
Tabel 4. 14 Para karyawan TGR secara konsisten bersikap sopan terhadap anda....	67
Tabel 4. 15 TGR memberikan perhatian individu kepada anda.....	67
Tabel 4. 16 TGR memiliki jam operasi yang nyaman bagi anda.....	68
Tabel 4. 17 Karyawan TGR memahami kebutuhan spesifik anda.....	69
Tabel 4. 18 Logo TGR terlihat menarik.....	69
Tabel 4. 19 Pintu masuk TGR cukup lebar	70

Tabel 4. 20	Desain bangunan TGR terlihat menarik.....	70
Tabel 4. 21	Penerangan dalam ruangan TGR baik	71
Tabel 4. 22	Sirkulasi udara dalam ruangan TGR baik	72
Tabel 4. 23	Aroma dalam ruangan TGR segar	72
Tabel 4. 24	Alunan musik TGR menjadikan suasana lebih santai.....	73
Tabel 4. 25	Penempatan meja dan kursi TGR terlihat menarik	74
Tabel 4. 26	Jalan menuju toilet, kassa, arus keluar masuk TGR cukup lebar.....	74
Tabel 4. 27	Pembagian ruangan konsumen dan staff di TGR terlihat jelas	75
Tabel 4. 28	Pilihan menu di TGR lengkap.....	76
Tabel 4. 29	Penyajian peralatan di TGR terlihat menarik.....	76
Tabel 4. 30	Dekorasi di TGR terlihat menarik.....	77
Tabel 4. 31	Produk TGR bermanfaat bagi pelanggan.....	78
Tabel 4. 32	Secara umum dan keseluruhan saya puas dengan pelayanan TGR	78
Tabel 4. 33	Menjadi pelanggan TGR memberikan rasa bangga dan percaya diri	79
Tabel 4. 34	Harga yang dimiliki TGR sesuai dengan manfaat yang dirasakan	80
Tabel 4. 35	TGR mudah dijangkau.....	80
Tabel 4. 36	Uji Validitas (tangibles).....	81
Tabel 4. 37	Uji Validitas (reliability).....	82
Tabel 4. 38	Uji Validitas (responsiveness)	82
Tabel 4. 39	Uji Validitas (assurance).....	83
Tabel 4. 40	Uji Validitas (empathy).....	83
Tabel 4. 41	Uji Validitas (exterior).....	84
Tabel 4. 42	Uji Validitas (general interior).....	84
Tabel 4. 43	Uji Validitas (store layout).....	85

Tabel 4. 44 Uji Validitas (interior display)	85
Tabel 4. 45 Uji Validitas (kepuasan pelanggan)	86
Tabel 4. 46 Uji Reliabilitas	87
Tabel 4. 47 Uji Normalitas.....	88
Tabel 4. 48 Uji Multikolinearitas	90
Tabel 4. 49 Analisis Regresi Linier Berganda	91
Tabel 4. 50 Koefisien Determinasi Berganda	95
Tabel 4. 51 Coefficients Tangibles	96
Tabel 4. 52 Model Summary Tangibles.....	96
Tabel 4. 53 Coefficients Reliability	96
Tabel 4. 54 Model Summary Reliability.....	97
Tabel 4. 55 Coefficients Responsiveness.....	97
Tabel 4. 56 Model Summary Responsiveness	97
Tabel 4. 57 Coefficients Assurance	98
Tabel 4. 58 Model Summary Assurance.....	98
Tabel 4. 59 Coefficients Empathy.....	98
Tabel 4. 60 Model Summary Empathy	98
Tabel 4. 61 Coefficients Exterior.....	99
Tabel 4. 62 Model Summary Exterior.....	99
Tabel 4. 63 Coefficients General Interior	99
Tabel 4. 64 Model Summary General Interior	100
Tabel 4. 65 Coefficients Store Layout	100
Tabel 4. 66 Model Summary Store Layout.....	100
Tabel 4. 67 Coefficients Interior Display.....	101

Tabel 4. 68 Model Summary Interior Display	101
Tabel 4. 69 Anova	102



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	107
Lampiran B Frequency.....	115
Lampiran C Uji Validitas.....	128
Lampiran D Uji Reliabilitas.....	133
Lampiran E Uji Normalitas	137
Lampiran F Uji Multiokolinearitas	138
Lampiran G Uji Heteroskedastisitas	139
Lampiran H Uji Koefisien Determinasi Berganda.....	140
Lampiran I Uji Signifikan Parsial (Uji-T).....	141
Lampiran J Uji Signifikan Simultan (Uji-F)	145

