

**PENGARUH *SERVICE, STORE ATMOSPHERE, CONVENIENCE,*
MERCHANDISING, SATISFACTION, DAN COMMITMENT
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MANGO
TUNJUNGAN PLAZA**



**OLEH:
CECILIA GOZALI
3103010264**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014**

**PENGARUH *SERVICE, STORE ATMOSPHERE, CONVENIENCE,*
MERCHANDISING, SATISFACTION, DAN COMMITMENT
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MANGO TUNJUNGAN
PLAZA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Bidang Studi Manajemen**

OLEH:

CECILIA GOZALI

3103010264

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *SERVICE, STORE ATMOSPHERE, CONVENIENCE,*
MERCHANDISING, SATISFACTION, DAN COMMITMENT
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MANGO TUNJUNGAN
PLAZA**

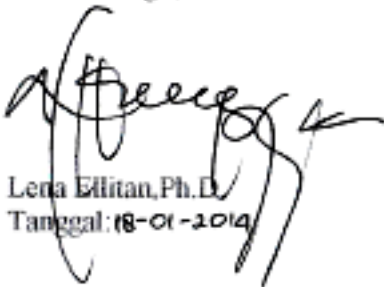
OLEH

CECILIA GOZALI

3103010264

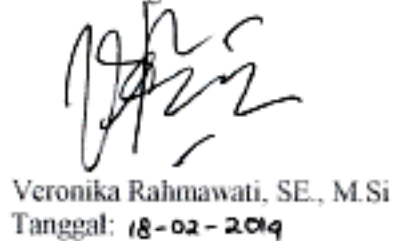
**Telah Disetujui Dan Diterima Dengan Baik Untuk Diajukan Kepada
Tim Penguji Untuk Siding Akhir**

Pembimbing I,



Lena Ellitan, Ph.D
Tanggal: 18-01-2019

Pembimbing II

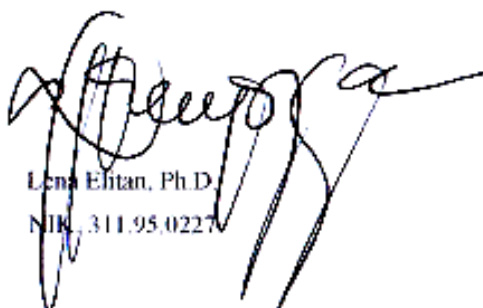


Veronika Rahmawati, SE., M.Si
Tanggal: 18-02-2019

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir yang ditulis oleh: Cecilia Gozali NRP 3103010264, Telah diuji pada tanggal 28 februari 2014 dan dinyatakan LULUS oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



Lena Ehtan, Ph.D.
NIK. 311.95.0227

Mengetahui:



Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si
NIK. 311.99.0369

**PERNYATAAN KESELIAN DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cecilia Gozali

NRP : 3103010264

Judul Tugas Akhir :

PENGARUH SERVICE, STORE ATMOSPHERE, CONVENIENCE, MERCHANDISING, SATISFACTION, DAN COMMITMENT TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MANGO TUNJUNGAN PLAZA

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini di publikasikan/ ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library*) Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian Pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 3 maret 2014

Yang menyatakan,



Cecilia Gozali

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala kelimpahan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun maksud dan tujuan penulisan skripsi ini adalah guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit, SE, M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Dosen Pembimbing 1 Ibu Lena Elitan, Ph.D. selaku dosen pembimbing I Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Dosen Pembimbing 2 Ibu Veronika Rahmawati, SE., M.Si selaku dosen pembimbing II Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
6. Segenap dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.

7. Orang tua dan keluarga yang telah mendukung penulis, baik dalam doa, dukungan, dan sebagainya untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat dan teman seperjuangan saya di Widya Mandala: Selvy dan Stephanie, serta Yohanes yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan bantuan berharga kepada penulis.
9. Dan pihak-pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuannya. Semoga atas bimbingan serta perhatian yang telah diberikan dalam penulisan skripsi ini mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Kuasa. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca.

Akhir kata, dengan segala keterbatasan penulis dapat menerima saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Penulis mohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Surabaya, 11 februari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
<i>Abstract</i>	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Sistematika Skripsi	9
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	11
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.2. Landasan Teori	12
2.3. Hubungan Antar Variabel	24
2.4. Model Penelitian	28
2.5. Hipotesis	28
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1. Desain Penelitian	30
3.2. Identifikasi Variabel	30

3.3. Definisi Operasional Variabel	31
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	34
3.5. Skala Pengukuran Variabel.....	34
3.6. Alat dan Cara Pengumpulan Data.....	35
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel...	35
3.8. Teknik Analisis Data	36
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	41
4.1. Karakteristik Responden.....	41
4.2. Statistik Deskriptif.....	41
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
4.4. Uji Asumsi Klasik.....	49
4.5. Analisis Data Regresi Linier Berganda.....	51
4.6. Pembahasan	54
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	58
5.1. Simpulan	58
5.2. Saran	59
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sekarang dan Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 4.1. Interval Rata-Rata Skor.....	41
Tabel 4.2. Statistik Deskriptif Variabel <i>Service</i> (X1).....	42
Tabel 4.3. Statistik Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X2).....	42
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif Variabel <i>Convenience</i> (X3).....	43
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel <i>Merchandising</i> (X4).....	44
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel <i>Satisfaction</i> (X5).....	45
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Commitment</i> (X6).....	46
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen (Y)..	46
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel.....	47
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4.11. Uji Multikolinieritas VIF.....	50
Tabel 4.12. Uji Heteroskedastisitas Glejser.....	50
Tabel 4.13. <i>Output</i> Statistik Regresi Linear Berganda.....	51
Tabel 4.14. Hasil uji pendekatan nilai kritis.....	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. <i>Element Store Atmosphere</i>	16
Gambar 2.2. Model Penelitian.....	28

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Statistik Deskriptif
- Lampiran 4. Uji Validitas
- Lampiran 5. Uji Reliabilitas
- Lampiran 6. Analisis Regresi Linier Berganda

ABSTRAK

PENGARUH *SERVICE*, *STORE ATMOSPHERE*, *CONVENIENCE*, *MERCHANDISING*, *SATISFACTION*, DAN *COMMITMENT* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MANGO TUNJUNGAN PLAZA

Loyalitas berarti kemampuan perusahaan memposisikan produknya di benak konsumen, dimana perusahaan menganggap konsumen sebagai mitranya dengan cara memantapkan keyakinan konsumen, selalu berinteraksi, bila perlu mengembangkan, demi kemajuan bersama. Sedangkan yang dimaksud dengan konsumen yang loyal atau setia adalah seseorang yang melakukan penggunaan ulang dari perusahaan yang sama, memberitahukan ke konsumen yang lain yang potensial, dari mulut ke mulut, dan menjadi penangkal serangan dari pesaingnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service*, *store atmosphere*, *convenience*, *merchandising*, *satisfaction*, dan *commitment* terhadap loyalitas konsumen Mango Tunjungan Plaza di Surabaya.

Pada penelitian ini yang dipakai adalah penelitian konklusif pada studi *experimental* atau *causal research*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. Jenis metode yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sampel yang digunakan berjumlah 100 orang konsumen Mango Tunjungan Plaza di Surabaya. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa *service*, *store atmosphere*, *convenience*, *merchandising*, *satisfaction*, dan *commitment* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen Mango Tunjungan Plaza di Surabaya.

Kata Kunci: *Service; Store Atmosphere; Convenience, Merchandising; Satisfaction; Commitment; Loyalitas Konsumen.*

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE, STORE ATMOSPHERE, CONVENIENCE, MERCHANDISING, SATISFACTION, AND COMMITMENT TO CUSTOMER LOYALTY MANGO TUNJUNGAN PLAZA

Loyalty means the ability of the company to reposition their products in the minds of consumers, which the company considers a consumer as its partners by way of solidifying consumer confidence, always interact, when necessary, in order to develop joint progress. Whereas the definition of a consumer loyal or faithful is someone who performs repeated use of the same company, notify to the other the potential consumer, Word of mouth, and it became an antidote to attacks from rivals. This research aims to know the influence of the service, the atmosphere, convenience store, merchandising, satisfaction, and commitment to consumer loyalty in Tunjungan Plaza Surabaya Mango.

In this study used is the conclusive research on the study of experimental or causal research. Sampling technique used is a non probability sampling. The type of method used is the purposive sampling. A sample of 100 people used consumer Mango Tunjungan Plaza Surabaya. Data were collected using a questionnaire. Analytical techniques used was multiple linear regression analysis with the help of the program SPSS. The results of this analysis indicate that the service, the atmosphere, convenience store, merchandising, satisfaction, and commitment have a significant influence on consumer loyalty in Tunjungan Plaza Surabaya Mango.

Keywords: Service; Store Atmosphere; Convenience, Merchandising; Satisfaction; Commitment; Customer Loyaty.