

**PENGARUH LINGKUNGAN DALAM TOKO, INTERAKSI
DENGAN PRAMUNIAGA, KERAGAMAN *MERCHANDISE*
DAN EMOSI DALAM TOKO TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN UNTUK NIAT PEMBELIAN KEMBALI
DI LOTTE *MART* MARVELL CITY SURABAYA**



OLEH :
LAILATUL VINI VICILIAWATI
3103015190

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018

PENGARUH LINGKUNGAN DALAM TOKO, INTERAKSI
DENGAN PRAMUNIAGA, KERAGAMAN *MERCHANDISE*
DAN EMOSI DALAM TOKO TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN UNTUK NIAT PEMBELIAN KEMBALI
DI LOTTE *MART* MARVELL CITY SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

LAILATUL VINI VICILIAWATI

3103015190

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

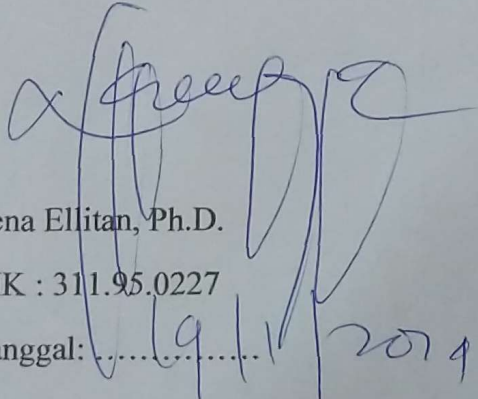
PENGARUH LINGKUNGAN DALAM TOKO, INTERAKSI DENGAN PRAMUNIAGA,
KERAGAMAN *MERCHANDISE* DAN EMOSI DALAM TOKO TERHADAP
KEPUASAN PELANGGANUNTUK NIAT PEMBELIAN KEMBALI DI
LOTTE MART MARVELL CITY SURABAYA

Oleh:

LAILATUL VINI VICILIAWATI
3103015190

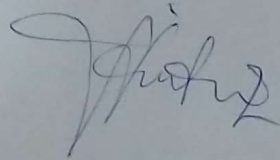
Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Lena Ellitan, Ph.D.
NIK : 311.95.0227
Tanggal:19/1/2019

Pembimbing II,



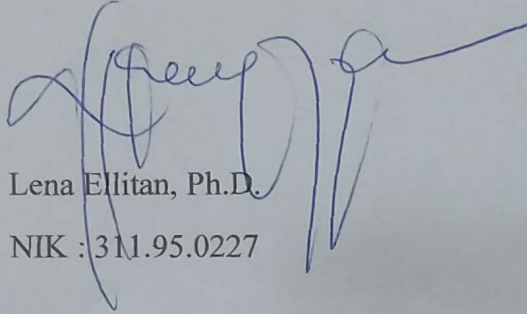
F.X. Agus Joko W. P., SE., M.Si
NIK : 311.98.0353
Tanggal:19/01/2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: **Lailatul Vini Viciliawati** NRP **3103015190**

Telah diuji pada tanggal 26 Januari 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:

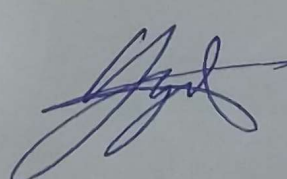


Lena Ellitan, Ph.D.
NIK : 311.95.0227

Mengetahui:



Dekan,
Dr. Lodovicus L., MM., Ak., CA., CPAI
NIK : 321.99.0370

Ketua Jurusan,

Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc
NIK : 311.11.0678

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswi Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lailatul Vini Viciliawati

NRP : 3103015190

Judul Skripsi : Pengaruh Lingkungan Dalam Toko, Interaksi dengan Pramuniaga, Keberagaman *Merchandise*, Emosi dalam Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Niat Pembelian Kembali di Lotte *Mart* Marvell City Surabaya.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (digital library Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

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

Surabaya, 15-01-2019
Yang menyatakan



Lailatul Vini Viciliawati

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kelimpahan dan karunia-Nya didalam proses menulis skripsi yang berjudul “Pengaruh Lingkungan Dalam Toko, Interaksi dengan Pramuniaga, Keberagaman *Merchandise*, Emosi dalam Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Niat Pembelian Kembali di Lotte *Mart* Marvell City Surabaya”, dimana tugas ini sebagai syarat didalam menyelesaikan studi akhir pendidikan S-1.

Pada proses penyelesaian tugas akhir ini, penulis mendapatkan beberapa dukungan, doa serta motivasi dari berbagai pihak. Didalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA selaku Dekan dari Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Lena Ellitan, Ph.D. selaku dosen pembimbing satu yang telah menyediakan waktu, saran dan tenaganya didalam proses bimbingan tugas akhir dengan baik.
3. Bapak F.X. Agus Joko Waluyo Prabowo , SE., M.Si. selaku dosen pembimbing dua yang telah menyediakan waktu, tenaga dan saran untuk bimbingan tugas akhir dengan baik.
4. Seluruh Dosen dari Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah berkontribusi selama proses perkuliahan.
5. Dosen-dosen dari rumpun retail yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya didalam proses perkuliahan.
6. Staff-staff dari Tata Usaha Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah membantu didalam keperluan proses administrasi didalam proses perkuliahan.
7. Papa, Mama, mas Dani yang selalu dengan sabar memberikan semangat, motivasi, serta kasih sayang dan doa yang tak terhingga sampai detik ini kepada penulis agar dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik dan tepat waktu.
8. Mbak Cita, Aga serta Keluarga Besar H. Achmad yang selalu memberikan motivasi dan dukungannya kepada penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini
9. Windy, Melinda, Lidya, serta teman-teman seangkatan 2015 yang sudah selalu ada memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis selama proses kuliah sampai pengerjaan skripsi.
10. Kak Novita, Kak Kalista, Widya Nur serta teman-teman penulis di seluruh Indonesia yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam proses penyelesaian skripsi.

11. Ungu (aa' pasha, abang enda, kak oncy, ayah makki, babe rowman) yang turut memberikan semangat dan dukungan untuk penulis dalam pengerjaan skripsi.

12. Arbani Yasiz sekeluarga, Rizky Nazar sekeluarga , Cut Syifa sekeluarga yang memberikan semangat, motivasi dan dukungannya agar penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.

11. Pihak lain yang tidak sempat disebutkan oleh penulis, yang telah memberikan berbagai bantuan didalam proses perkuliahan maupun penyelesaian tugas akhir.

Akhir kata, penulis tahu bahwa skripsi ini tidak sempurna. penulis akan dengan senang hati untuk selalu menerima saran dan kritik dari pembaca. Terima kasih atas perhatian yang diberikan selama ini, mohon maaf jika ada kata-kata yang kurang berkenan.

Surabaya, Desember 2018

Lailatul Vini Viciliawati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Niat Pembelian Ulang.....	10
2.2.2 Kepuasan Pelanggan.....	12
2.2.3 Lingkungan dalam Toko.....	13
2.2.4 Interaksi dengan Pramuniaga.....	15
2.2.5 Keragaman <i>Merchandise</i>	15
2.2.6 Emosi dalam Toko.....	16
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	17
2.3.1 Pengaruh Lingkungan dalam Toko terhadap Kepuasan Konsumen.....	17
2.3.2 Pengaruh Interaksi dengan Pramuniaga terhadap Kepuasan Konsumen.....	18
2.3.3 Pengaruh Keragaman <i>Merchandise</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	19
2.3.4 Pengaruh Emosi dalam Toko terhadap Kepuasan Konsumen.....	19
2.3.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Pembelian Kembali.....	20
2.4 Kerangka Konseptual.....	21
2.5 Hipotesis.....	22

BAB 3. METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Desain Penelitian.....	23
3.2 Identifikasi Variabel.....	24
3.3 Definisi Operasional.....	24
3.3.1 Lingkungan Dalam Toko (LT).....	24
3.3.2 Interaksi Dengan Pramuniaga (IP).....	24
3.3.3 Keragaman <i>Merchandise</i> (KM).....	25
3.3.4 Emosi dalam Toko (ET).....	25
3.3.5 Kepuasan Pelanggan (KP).....	25
3.3.6 Niat Pembelian Kembali (NPK).....	25
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	26
3.4.1 Jenis Data.....	26
3.4.2 Sumber Data.....	26
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.7 Teknik Analisis Data.....	29
3.7.1 Statistik Deskriptif.....	29
3.7.2 Uji Normalitas.....	29
3.7.3 Uji Validitas.....	30
3.7.4 Uji Reliabilitas.....	30
3.7.5 Uji Kecocokan Model.....	31
3.7.6 Uji Hipotesis.....	31
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	32
4.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	32
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Berbelanja dalam 1 Bulan.....	33
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku per Bulan.....	33
4.2 Statistik Deskriptif.....	34
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel Lingkungan Dalam Toko.....	34
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Interaksi dengan Pramuniaga.....	35
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel Keragaman <i>Merchandise</i>	36
4.2.4 Statistik Deskriptif Variabel Emosi Dalam Toko.....	36
4.2.5 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	37
4.2.6 Statistik Deskriptif Variabel Niat Pembelian Kembali.....	37
4.3 Hasil Analisis Data.....	38
4.3.1 Uji Normalitas.....	38
4.3.2 Uji Validitas.....	40
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	41
4.3.4 Uji Kecocokan Model Keseluruhan.....	41
4.3.5 Uji Kecocokan Model Struktural.....	42
4.3.6 Uji Hipotesis.....	43

4.4 Pembahasan.....	44
BAB 5. SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN.....	49
5.1 Simpulan.....	49
5.2 Keterbatasan.....	50
5.3 Saran.....	50
5.3.1 Saran Praktis.....	50
5.3.2 Saran Akademis.....	52
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Service Quality Awards 2016.....	5
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Sekarang.....	9
Tabel 3.1 Penilaian Skala Likert.....	27
Tabel 3.2 Interval Rata-Rata Setiap Variabel.....	29
Tabel 3.3 <i>Goodness of Fit</i>	31
Tabel 4.1 Usia.....	32
Tabel 4.2 Rata-rata Berbelanja dalam 1 Bulan.....	33
Tabel 4.3 Pendapatan/Uang Saku per Bulan.....	34
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel Lingkungan Dalam Toko.....	35
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Interaksi dengan Pramuniaga.....	35
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Keragaman <i>Merchandise</i>	36
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Emosi Dalam Toko.....	36
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	37
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Niat Pembelian Kembali.....	38
Tabel 4.10 <i>Test of Univariate Normality for Continous Variables</i>	39
Tabel 4.11 <i>Test of Multivariate Normality for Continous Variables</i>	40
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 4.13 Hasil Uji Reabilitas.....	41
Tabel 4.14 Pengujian Kecocokan Keseluruhan Model.....	41
Tabel 4.15 Pengujian Hipotesis.....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Omzet Ritel Modern 2013-2017.....	2
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	22

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Identifikasi Responden
- Lampiran 3. Statistik Deskriptif
- Lampiran 4. Uji Normalitas
- Lampiran 5. Output Teks
- Lampiran 6. Uji Reabilitas
- Lampiran 7. Path Diagram

ABSTRAK

Perkembangan ritel saat ini berkembang begitu pesat, persaingan sesama bisnis ritel pun semakin ketat. Di era sekarang masyarakat sangat gemar berbelanja terutama berbelanja kebutuhan bahan pokok sehari-hari di pasar modern seperti minimarket, supermarket dan hipermarket. Peritel selalu meningkatkan strategi untuk menarik konsumen datang ke toko mereka. Melihat itu semua banyak faktor yang menunjang agar konsumen kembali ke toko tersebut untuk berbelanja maupun sekedar melihat produk yang ada. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lingkungan dalam toko, interaksi dengan pramuniaga, keberagaman *merchandise*, emosi dalam toko terhadap kepuasan pelanggan yang membuat niat kembali konsumen untuk berbelanja lagi Lotte Mart Marvell City Surabaya.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode penelitian studi kepustakaan dan kuisioner. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling*, sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah metode SEM Lisrel 8.80. Responden yang diambil adalah konsumen Lotte Mart Marvell City Surabaya sebanyak 200.

Hasil penelitian ini menunjukkan interaksi dengan pramuniaga, keberagaman *merchandise*, emosi dalam toko berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan serta kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap niat pembelian kembali. Namun untuk lingkungan dalam toko menunjukkan hasil yang positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Lotte Mart Marvell City Surabaya maka dapat disarankan untuk lebih baik dalam menciptakan lingkungan dalam toko, interaksi dengan pramuniaga, keberagaman *merchandise*, emosi dalam toko agar konsumen merasa lebih nyaman, senang dan puas saat berbelanja dan dapat meningkatkan niat pembelian kembali konsumen.

Kata Kunci : *lingkungan dalam toko, interaksi dengan pramuniaga, keberagaman merchandise, emosi dalam toko, kepuasan pelanggan, niat kembali konsumen*

ABSTRACT

The Influence of the Environment in The Store, The Interaction with The Sales Clerk, The Diversity of Merchandise, Emotions in Store Against Our Satisfaction Customers Who Make Repratonage Intention in Lotte Mart Marvell City Surabaya.

Retail development is currently growing so fast, so that retail business competition is going so tight. In this current era the society delight in to shop daily needs in modern market such a minimart, supermarkets and hypermarkets. Retailers always improve strategies to attract consumers to come to their store. Notice all of that, there are many factors that support to the consumers return to the stores to shop or just look around at the product. The purpose of this research is to know the influence of the environment in the store, the interaction with the sales clerk, the diversity of merchandise, emotions in store against our satisfaction customers who make repratonage intention in Lotte Mart Marvell City Surabaya.

This research is quantitative research and use library research and questionnaire. Purposive sampling was the technique used in sampling, while the analysis technique used was the SEM Lisrel 8.80 method. The respondents were 200 consumers of Lotte Mart Marvell City Surabaya.

The results of this study show that interactions with sales clerk, the diversity of merchandise, emotions in the store have a positive effect on customer satisfaction and customer satisfaction have a positive effect on repratonage intentions. But for the environment in the store shows positive results but not significant to customer satisfaction. Based on the results of research conducted at Lotte Mart Marvell City Surabaya, it can be suggested to be better at creating an in-store environment, interaction with sales clerk, diversity of merchandise, emotions in stores so consumers feel more comfortable, happy and satisfied when they shop and can be increase consumer repratonage intention.

Key words : in-store environment, interactions with sales clerk, , the diversity of merchandise, emotions in the store, customer satisfaction repratonage intention.