

**PENGARUH *SERVICE QUALITY, CUSTOMER TO CUSTOMER*
INTERACTION DAN *STORE ATMOSPHERE* PADA KEPUASAN
DALAM MENCIPTAKAN LOYALITAS KONSUMEN DI *MIRACLE*
AESTHETIC CENTRE SURABAYA**



**OLEH :
MARGARET W.
3103009123**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2013**

PENGARUH *SERVICE QUALITY, CUSTOMER TO CUSTOMER
INTERACTION* DAN *STORE ATMOSPHERE* PADA KEPUASAN
DALAM MENCIPTAKAN LOYALITAS KONSUMEN DI *MIRACLE
AESTHETIC CENTRE* SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

MARGARET W.

3103009123

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2013

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

*“PENGARUH SERVICE QUALITY, CUSTOMER TO CUSTOMER
INTERACTION DAN STORE ATMOSPHERE PADA KEPUASAN
DALAM MENCIPTAKAN LOYALITAS KONSUMEN DI MIRACLE
AESTHETIC CENTRE SURABAYA”*

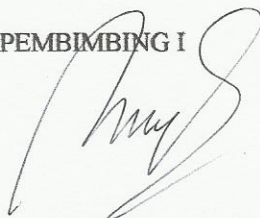
OLEH:

MARGARET W.

3103009123

Telah Disetujui dan Diterima Untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

PEMBIMBING I



Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS
NIK. 311.83.0099
Tanggal:

PEMBIMBING II

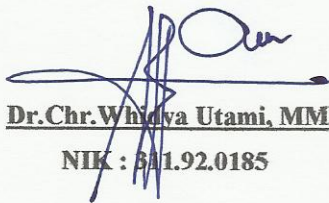


Hendro Susanto, SE., MM
NIK. 311.99.0365
Tanggal:

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Margaret W., NRP: 3103009123. Telah diuji pada tanggal 01 Februari 2013 dan dinyatakan lulus oleh tim penguji.

Ketua Tim Penguji

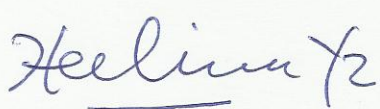


Dr. Chr. Whidya Utami, MM
NIK : 841.92.0185

Mengetahui



Dekan,
Dr. Lodovicus Lasdi., SE., MM
NIK : 321.99.0370

Ketua Jurusan,

Herlina Yoka Roida, SE., M.Com.
NIK : 311.99.0362

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Margaret W.

NRP : 3103009123

Judul tugas akhir :

“PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *CUSTOMER TO CUSTOMER INTERACTION* DAN *STORE ATMOSPHERE* PADA KEPUASAN DALAM MENCIPTAKAN LOYALITAS KONSUMEN DI *MIRACLE AESTHETIC CENTRE SURABAYA*”

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

Saya juga menyetujui tugas akhir ini untuk dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* di Perpustakaan Universitas Widya Mandala, Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat sebagaimana mestinya.

Surabaya, 02 Februari 2013



Margaret W.

KATA PENGANTAR

Pertama-tama, penulis memanjatkan puji syukur pada Tuhan Yang Maha Esa, atas semua anugerahNya karena penulis telah menyelesaikan skripsi dengan baik. Hal ini tidak dapat tercapai tanpa adanya bantuan serta dorongan dari Ibu Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS dan Bapak Hendro Susanto, SE., MM selaku pembimbing selama pembuatan skripsi ini, serta berkat dari keluarga dan rekan-rekan dari penulis yang tidak pernah berhenti untuk mendukung dalam penyelesaian skripsi ini. Tujuan dari penyusunan penelitian ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Bisnis di Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya guna meraih gelar Sarjana Ekonomi. Selain itu, melalui penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan kepada semua pihak berkaitan dengan peningkatan pada manajemen ritel terutama dalam industri jasa.

Maka dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi pada penulis selama ini yaitu:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi., SE., MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya.
2. Ibu Herlina Yoka Roida, SE., M.Com. selaku Ketua Jurusan Manajemen.
3. Keluarga dan rekan-rekan penulis yang terus memberikan dorongan selama pembuatan skripsi ini.
4. Seluruh staf pengajar dan karyawan non-edukatif pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya atas segala bimbingan dan ilmu yang telah diberikan selama perkuliahan.

Kiranya, segala kebaikan yang telah diberikan akan mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa. Dengan segala upaya, penulis telah menyusun skripsi ini dan dengan demikian, penulis berharap agar skripsi ini kiranya dapat memberikan manfaat bagi para pembaca sekalian.

Surabaya, 12 Januari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLI- KASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB 1 – PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Manfaat Praktis	7
1.4.2. Manfaat Teoritis	8
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi	8
BAB 2 - TINJAUAN KEPUSTAKAAN	10
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Landasan Teori	11
2.2.1. <i>Service Quality</i>	11
2.2.2. <i>Customer to Customer Interaction</i>	12
2.2.3. <i>Store Atmosphere</i>	14

2.2.4. Kepuasan Konsumen	16
2.2.5. Loyalitas Konsumen	19
2.2.6. Hubungan <i>Service Quality</i> dengan Kepuasan Konsumen	22
2.2.7. Hubungan <i>Customer to Customer Interaction</i> dengan Kepuasan Konsumen	22
2.2.8. Hubungan <i>Store Atmosphere</i> dengan Kepua- san Konsumen	22
2.2.9. Hubungan Kepuasan Konsumen dengan Lo- yalitas Konsumen	23
2.3. Kerangka Konseptual Penelitian	23
2.4. Hipotesis Penelitian	24
BAB 3 - METODE PENELITIAN	25
3.1. Desain Penelitian	25
3.2. Identifikasi Variabel	25
3.3. Definisi Operasional Variabel	26
3.3.1. <i>Service Quality</i> (X_1)	26
3.3.2. <i>Customer to Customer Interaction</i> (X_2)	27
3.3.3. <i>Store Atmosphere</i> (X_3)	27
3.3.4. Kepuasan Konsumen (Y_1)	28
3.3.5. Loyalitas Konsumen (Y_2)	28
3.4. Jenis dan Sumber Data	29
3.5. Populasi dan Sampel	30
3.5.1. Populasi	30
3.5.2. Sampel	30
3.6. Metode Pengumpulan Data	31
3.7. Teknik Analisis Data	32

BAB 4 – ANALISIS DAN PEMBAHASAN	37
4.1. Deskripsi Responden	37
4.1.1. Responden Menurut Jenis Kelamin	37
4.1.2. Responden Menurut Tingkat Pendidikan	38
4.1.3. Responden Menurut Jenis Pekerjaan	38
4.1.4. Responden Menurut Frekuensi Kunjungan ke <i>Aesthetic Centre</i> dalam Jangka Waktu 3 Bulan	39
4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	40
4.3. Analisis Data	44
4.3.1. Uji Asumsi Normalitas	44
4.3.2. Uji Kecocokan Keseluruhan Model	46
4.3.3. Uji Kecocokan Model Pengukuran	47
4.3.3.1. Uji Validitas	47
4.3.3.2. Uji Reliabilitas	49
4.3.4. Uji Kecocokan Model Struktural	52
4.3.4.1. Persamaan 1	53
4.3.4.2. Persamaan 2	53
4.3.4.3. Pengujian Hipotesis	53
4.4. Pembahasan	55
4.4.1. Hipotesis 1	55
4.4.2. Hipotesis 2	56
4.4.3. Hipotesis 3	57
4.4.4. Hipotesis 4	58
BAB 5 – KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1. Kesimpulan	60
5.2. Saran	61

5.2.1. Saran Akademis	61
5.2.2. Saran Praktis	61
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Responden Menurut Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2 Responden Menurut Tingkat Pendidikan	38
Tabel 4.3 Responden Menurut Jenis Pekerjaan	39
Tabel 4.4 Responden Menurut Frekuensi Kunjungan ke <i>Aesthetic Centre</i> dalam Jangka Waktu 3 Bulan	39
Tabel 4.5 Interval Rata-rata Nilai	40
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> (X_1)	41
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer to Customer</i> <i>Interaction</i> (X_2)	42
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X_3) ...	42
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y_1)	43
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen (Y_2)	43
Tabel 4.11 <i>Test of Univariate Normality for Continuous Variables</i>	44
Tabel 4.12 <i>Test of Multivariate Normality for Continuous Variables</i>	45
Tabel 4.13 <i>Goodness of Fit Statistic</i>	46
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas (<i>Measurement Equations</i>)	47
Tabel 4.15 Data Perhitungan Uji Reliabilitas (<i>Completely Standardized Solution</i>)	49
Tabel 4.16 Hasil Uji Kecocokan Model Struktural (<i>Structural Equations</i>)	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	24

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Deskripsi Responden
- Lampiran 3 Data Hasil Kuesioner
- Lampiran 4 Uji Normalitas
- Lampiran 5 *Output Syntax*
- Lampiran 6 Bagan *Output Syntax*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *service quality*, *customer to customer interaction* dan *store atmosphere* terhadap kepuasan, kemudian dapat memicu terciptanya loyalitas pada *Miracle aesthetic centre* di Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sebagai data primer baik secara langsung pada lokasi ataupun secara *online*. Sampel dari responden pada penelitian ini berjumlah 100 orang, yang kemudian dianalisis dengan menggunakan metode analisis *structural equation modeling* untuk mengetahui pengaruh antar variabel penelitian melalui program LISREL 8.70.

Hasil dari penelitian memperlihatkan bahwa *service quality* dan *customer to customer interaction* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan yang dirasakan konsumen di *Miracle aesthetic centre* Surabaya. Sedangkan *store atmosphere* yang disajikan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan yang dirasakan konsumen. Kemudian dari kepuasan yang dirasakan tersebut, terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap terciptanya loyalitas terhadap *Miracle aesthetic centre*.

Kata kunci: *service quality*, *customer to customer interaction*, *store atmosphere*, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen.

The Influence of Service Quality, Customer to Customer Interaction and Store Atmosphere To Satisfaction in Creating Customers' Loyalty in Miracle Aesthetic Centre Surabaya

ABSTRACT

This study aimed to determine the effect of service quality, customer to customer interaction and store atmosphere on satisfaction, which in turn can create loyalty for the Miracle aesthetic center in Surabaya. The research was conducted by distributing questionnaires as the primary data either directly on site or online. The sample of respondents in this research were 100 people, which then analyzed using structural equation modeling method to determine the effect between the study variables through LISREL 8.70.

The results of the study showed that the service quality and customer to customer interaction have a significant influence toward consumer perceived satisfaction in Miracle aesthetic center Surabaya. And whereas for the store atmosphere, has presented that there is no significant influence towards consumer perceived satisfaction. As for the perceived satisfaction, proved has a significant influence towards the creation of loyalty to the Miracle aesthetic center.

Keywords: service quality, customer to customer interaction, store atmosphere, customer satisfaction, customer loyalty.