

PENGARUH SUASANA TOKO, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JANJI JIWA DI WILAYAH BEKASI

Oleh :

Nama : Rivan Alfandry

NIM : 21170063

Skripsi

Diajukan Sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Maret 2021

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Instititut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

**PENGARUH SUASANA TOKO , PROMOSI DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JANJI JIWA DI WILAYAH
BEKASI**

Diajukan Oleh

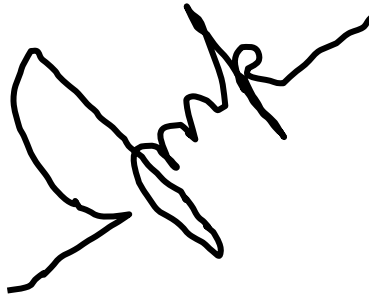
Nama : Rivan Alfandry

NIM. : 21170063

Jakarta, 23 Maret 2021

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Tumpal J.R. Sitinjak, Ir., M.M)

**INSTITUR BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
JAKARTA 2021**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRACT

Rivan Alfandry / 21170063 / the effect of Shop Atmosphere, Promotion, Price on Customer Satisfaction Janji Jiwa in Bekasi / Tumpal J.R. Sitinjak, Ir., M.M.

Coffee consumption has continued to increase over the past few years due to the emergence of new trends in society, especially among young people, where coffee shops become a hangout place and coffee as a drink to accompany gatherings and spend time which is caused by this trend. as an opportunity for entrepreneurs to open a business with coffee-based ingredients so that there are so many coffee shops and the proliferation of coffee franchises in Indonesia. This study examines the effect of Shop Atmosphere, Promotion, Price on Customer Satisfaction Janji Jiwa in Bekasi

The theory used in this research is shop atmosphere, promotion, price and customer satisfaction. There are two types of variables in this study, namely independent which consists of Shop Atmosphere, Promotion and Price, while the dependent variable consists of Customer Satisfaction

The object of this research is the Janji Jiwa. The research method used is multiple linear regression analysis. The data was collected by distributing questionnaires to 100 samples of Janji Jiwa customers in the Bekasi area using simple random sampling technique

The three independent variables, namely shop atmosphere, promotions and prices have a positive and significant effect on customer satisfaction, Janji Jiwa

It is recommended that the Janji Jiwa be able to pay attention to customers, especially to provide a comfortable and good shop atmosphere so that customers feel satisfied and it is also recommended that the Soul Promise can provide promotional promotions in the form of cutting prices to attract new customers.

Keywords: Shop Atmosphere, Price, Promotion, Customer Satisfaction



ABSTRAK

Rivan Alfandry / 21170063 / Pengaruh Suasana Toko , Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Janji Jiwa Di Wilayah Bekasi / Tumpal J.R. Sitinjak, Ir., M.M.

Konsumsi Kopi terus mengalami peningkatan selama beberapa tahun terakhir ini terjadi akibat munculnya trend baru di masyarakat terutama di kalangan muda yang dimana menjadi kan coffe shop menjadi tempat nongkrong dan kopi sebagai minuman untuk menikmati berkumpul dan menghabiskan waktu yang dimana di akibatkan karena trend ini menjadi kan itu sebagai peluang bagi para pengusaha untuk memmbuka usaha dengan bahan dasar kopi sehingga banyak sekali bermunculan coffe shop dan menjamurnya waralaba kopi di indonesia . Penelitian ini meneliti pengaruh Suasana Toko , Promosi , Harga pada Kepuasan Pelanggan Janji Jiwa Di wilayah Bekasi

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Suasana Toko ,Promosi , Harga Dan kepuasan Pelanggan. Terdapat dua jenis variabel dalam penelitian ini, yaitu independent yang terdiri dari Suasana Toko , Promosi dan Harga sedangkan dependent variabel terdiri dari Kepuasan Pelanggan

Objek penelitian ini adalah Janji Jiwa. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 100 sampel pelanggan Janji Jiwa yang Berada di wilayah Bekasi dengan *teknik simple random sampling*.

Ketiga variabel bebas yaitu Suasana toko , Promosi Dan Harga memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Janji Jiwa

Disarankan Janji Jiwa dapat memperhatikan para Pelanggan terutama untuk memberikan Suasana toko yang nyaman dan baik sehingga pelanggan merasa puas dan disarankan juga agar Janji Jiwa dapat memberikan promosi berupa pemotongan harga untuk menarik pelanggan baru

Kata Kunci : Suasana Toko, Harga , Promosi, Kepuasan Pelanggan

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur diucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, atas terselesaikannya skripsi dengan judul Pengaruh Suasana Toko , Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Janji Jiwa Di Wilayan Bekasi.

Skripsi ini digunakan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi dengan baik. Pihak yang terlibat di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Dosen pembimbing Tumpal J.R. Sitinjak, Ir., M.M. yang telah membantu dan mengarahkan penulis selama melakukan penyusunan laporan serta memberikan bimbingan tentang prosedur penulisan skripsi.
2. Kepala program studi jurusan Manajemen Pemasaran Ibu Rita Eka Setianingsih, S.E.,M.M. yang telah memberikan motivasi dan arahan dalam menyelesaikan skripsi
3. Seluruh dosen dan staff Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan dan arahan selama proses belajar mengajar.
4. Orang Tua dan kakak penulis yaitu yang telah memberikan doa dan dukungan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi.
5. Teman-teman penulis: Weshley , Calvin, Nicko , Tassya , Willy , Nicky ,Lucy , ichel , jose , natkim , hanny dan pihak lain yang tidak disebutkan yang telah memberikan semangat, doa dan sukungan selama proses penulisan skripsi
6. Responden yang telah memberikan waktunya untuk membantu dalam pengisian kuisioner penelitian ini.



Atas semua kebaikan yang telah diberikan kepada semua pihak maka skripsi ini telah terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Skripsi ini memang masih jauh dari kesempurnaan, mohon maaf bila ada salah-salah pada penulisan. Terima kasih dan semoga penelitian skripsi ini dapat bermanfaat untuk peneliti selanjutnya dan perkembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 23 Maret 2021

Rivan Alfandry

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
ABSTRACT.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A.Latar Belakang	1
B.Identifikasi Masalah.....	4
C.Batasan Masalah	4
D.Batasan Penelitian	4
E.Rumusan Masalah	5
F.Tujuan Penelitian	5
G.Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	6
1.Promosi	6
2.Harga.....	11
3.Kepuasan Pelanggan	14
4.Suasana Toko	17
B.Penelitian Terdahulu.....	24
C.Kerangka Pemikiran.....	27
1. Pengaruh Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan	27
2.Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	27
3.Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	28
D.Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	
A.Objek Penelitian	31
B.Desain Penelitian	31
C.Variabel Penelitian	34
D.Teknik Pengumpulan Data	38
E.Teknik Pengambilan Sample.....	39
F.Teknik Analisis Data	39
1.Uji Validitas	40
2.Uji Reliabilitas	40
3.Analisis Deskriptif	41
4.Uji Asumsi Klasik.....	43
5.Analisis Regresi	44
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A.Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
B.Uji Instrumen Penelitian	49
1.Uji Validitas	49
2.Uji Reliabilitas	52
3. Analisis Deskriptif	55
4. Uji Asumsi Klasik	58
5.Analisis Regresi Linear Berganda	61
C.Hasil Uji	64



D.Pembahasan.....	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A.Simpulan	67
B.Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN LAMPIRAN.....	71

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

BAB 2

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu suasana toko terhadap Kepuasan Pelangga.....	24
	Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	25
	Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu promosi terhadap kepuasan pelanggan.....	25
	Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu promosi terhadap kepuasan pelanggan.....	26
	Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu Harga terhadap kepuasan pelanggan.....	26

BAB 3

Tabel 3.1 Tabel Skala Likert	34
Tabel 3.2 Dimensi dan Indikator Suasana toko.....	35
Tabel 3.3 Dimensi dan Indikator Promosi.....	36
Tabel 3.4 Dimensi dan Indikator Harga	37
Tabel 3.5 Dimensi dan Indikator Kepuasan Pelanggan.....	38

BAB 4

Tabel 4.1 Uji Validitas Suasana Toko.....	49
Tabel 4.2 Uji Validitas Promosi	50
Tabel 4.3 Uji Validitas Harga	51
Tabel 4.4 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	52
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Suasana Toko	53
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Promosi.....	53
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Harga	54
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan	54
Tabel 4.9 Uji Validitas Dan Reliabilitas	54
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Suasana Toko	55
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Promosi	56
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Harga	57
Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan.....	58



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 4.14 Hasil Uji Coba Normalitas	59
Tabel 4.15 Hasil uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.16 Hasil Uji Heterokedastisitas	60
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi(R^2)	61
Tabel 4.18 Hasil Uji Statistik F	62
Tabel 4.18 Hasil Uji Statistik t	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	71
Lampiran 2 Data kuesioner	73
Lampiran 3 Uji Reliabilitas	82
Lampiran 4 Uji Validitas.....	83
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik.....	84
Lampiran 6 Uji Regresi	85
Lampiran 7 Uji Analisis Deskriptif	86

Has Cipta Milik IBI BIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Has Cipta Milik IBI BIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.