

**PENGARUH SERVICE QUALITY, STORE ATMOSPHERE
DAN TESTIMONI PELANGGAN TERHADAP MINAT
BELI ULANG
(STUDI PADA PRODUK EIGER CIKARANG)**

SKRIPSI



OLEH:
ZAENAL FANANI
NIM: 112010037

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

**PENGARUH SERVICE QUALITY, STORE ATMOSPHERE
DAN TESTIMONI PELANGGAN TERHADAP MINAT
BELI ULANG
(STUDI PADA PRODUK EIGER CIKARANG)**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

SKRIPSI



**OLEH:
ZAENAL FANANI
NIM: 112010037**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda Tangan dibawah Ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir /Skripsi:

Nama Mahasiswa : Zaenal Fanani
NIM : 112010037
Judul Skripsi : Pengaruh Service Quality, Store Atmosphere dan
Testimoni Pelanggan terhadap minat Beli ulang
(Studi pada Produk Eiger Cikarang)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 13 Juli 2024

Pembimbing,

Kuwat Riyanto.,S.E.,M.M.,D.B.A

NIDN: 0417087905

SKRIPSI

PENGARUH SERVICE QUALITY, STORE ATMOSPHERE DAN TESTIMONI PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG (STUDI PADA PRODUK EIGER CIKARANG)

Dipersiapkan dan disusun oleh:
Zaenal Fanani
112010037

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Sabtu, tanggal 27, bulan juli, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Universitas Pelita Bangsa.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI TUGAS AKHIR

Ketua penguji : Tanda Tangan

Nama: Dr. Nur' Aeni.,S.E.,M.S.

NIDN: 0405127503

.....

Anggota penguji:

Tanda Tangan

Nama: Sri Wahyuningsih.,S.E.,M.M.

NIDN: 0428067704

.....

Mengetahui,

Ka. Prodi Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Yunita Ramadhani RDS.,S.E.,M.Sc

Dr. Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M

NIDN: 0406068402

NIDN: 0404046508

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri".

(Q.S Ar-Ra'd:11)

"Allah tidak membebani seseorang sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapatkan pahala (dari kebajikan) yang diusahakan dan ia mendapatkan siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya"

(Q.S Al-Baqarah :286)

" Orang yang pesimis melihat kesulitan dalam setiap kesempatan. Orang yang optimis melihat kesempatan dalam setiap kesulitan"

(Agus Dharma)

Karya ini saya persembahkan buat:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Arrokhman & Ibu Ngaliyah. Adikku Zaenal Ma'arif serta Zaenal Azka.
2. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan pengetahuan serta teladan yang sangat berharga.
3. Bapak Kuwat Riyanto,S.E.,M.M.,D.B.A yang telah membimbing saya dalam penulisan tugas akhir ini.
4. Teman / sahabat yang selalu menyemangati, mendukung dan mendo'akan yang terbaik untuk ku.
5. Diriku sendiri, atas semua perjuangan luar biasa ini, kerja keras serta tekad demi terselesaikannya tugas akhir ini.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zaenal Fanani
NIM : 112010037
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah Hasil karya saya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar pada program sarjana ini atau pada program lain. Karya ini adalah milik Saya, karena itu pertanggungjawabanya berada di Pundak saya. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia ditinjau dan menerima sanksi sebagaimana mestinya.

Bekasi,13 Juli 2024

Penulis,

Zaenal Fanani

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena hanya atas rahmat dan ridho-NYA maka skripsi dengan judul “Pengaruh Service Quality, Store Atmosphere Dan Testimoni Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang” (Studi Pada Produk Eiger Cikarang), ini dapat diselesaikan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada program Sarjana Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa. Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Hamzah Muhammad Mardiputera, SKM., MM. Selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.
2. Bapak Dr. Ir Supriyanto, M.P. Selaku Wakil Rektor I Universitas Pelita Bangsa.
3. Bapak Muhammad Hatta Fahamsyah, S.M. Selaku Rekror II Universitas Pelita Bangsa.
4. Ibu Preatmi Nurastuti, SE., MM, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa.
5. Ibu Yunita Ramadhani RDS, SE., Msc. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa.
6. Bapak Kuwat Riyanto S.E.M.M D.B.A Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi.
7. Ibu Dr. Nur' Aeni.,S.E.,M.S. Selaku ketua Penguji dan Ibu Sri wahyuningsih., S.E.,M.M. Selaku anggota Penguji yang telah memberikan Arahan kepada penulisan Skripsi ini
8. Bapak Ibu saya dan adik- adik yang telah memberikan support dari segala apapun.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari kata kesempurnaan, oleh sebab itu Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga Skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan Ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 13 Juli 2024
Penulis.

Zaenal Fanani

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRACT.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pengertian Service Quality	7
2.1.1 Dimensi service Quality.....	8
2.1.2 Indikator Service Quality	9
2.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi Service Quality.....	9
2.1.4 Hubungan Service Quality Terhadap Minat Beli Ulang	11
2.2 Store Atmosphere	12
2.2.1 Pengertian Store Atmosphere.....	12
2.2.2 Dimensi Store Atmosphere	12
2.2.3 Indikator Store Atmosphere	13
2.2.4 Faktor Yang Mempengaruhi Store Atmosphere.....	15
2.2.5 Hubungan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang	16
2.3 Testimoni Pelanggan.....	17
2.3.1 Pengertian Testimoni Pelanggan	17
2.3.2 Dimensi Testimoni Pelanggan.....	17
2.3.3 Indikator Testimoni Pelanggan	17
2.3.4 Faktor Yang Mempengaruhi Testimoni Pelanggan	18
2.3.5 Hubungan Testimoni Pelanggan Terhadap minat Beli Ulang	19
2.4 Minat Beli Ulang	20
2.4.1 Pengertian Minat Beli Ulang.....	20
2.4.2 Dimensi Minat Beli Ulang	21
2.4.3 Indikator Minat Beli Ulang	21
2.4.4 Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang.....	22

2.5	Penelitian Terdahulu Yang Relevan	23
2.6	Model Penelitian	25
2.7	Hipotesis	26
BAB III	METODOLOGI	28
3.1	Jenis Penelitian	28
3.2	Jadwal dan Lokasi Penelitian	28
3.3	Desain Penelitian	29
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	31
3.5	Populasi dan Sample.....	35
3.5.1	Populasi.....	35
3.5.2	Sampel.....	35
3.6	Metode Pengumpulan Data	36
3.6.1	Data Primer	36
3.6.2	Data Sekunder	37
3.7	Metode Analisis Data	37
3.7.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	38
3.7.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	39
3.7.3	Pengujian Hipotesis	40
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1	Hasil Penelitian	41
4.1.1	Deskriptif Obyek Penelitian.....	41
4.1.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.1.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	42
4.1.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan	43
4.1.5	Hasil Analisis Data.....	44
4.2	Pengujian Hipotesis	56
4.3	Pembahasan Penelitian.....	57
4.3.1	Pengaruh Service Quality Terhadap Minat Beli Ulang.....	57
4.3.2	Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang	58
4.3.3	Pengaruh Testimoni Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang	59
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1	Kesimpulan	60
5.2	Saran	61
	DAFTAR PUSTAKA	62
	LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Researce gap.....	3
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	29
Tabel 3.2 Operasional Variabel	31
Tabel 3.3 Kisi – Kisi Instrumen	32
Tabel 3.4 Jumlah Pelanggan Produk Eiger di Cikarang Selatan.....	35
Tabel 3.5 Pedoman Penskoran	37
Tabel 4.1 Outer Loadings.....	45
Tabel 4.2 Outer Loadings Tahap II	47
Tabel 4.3 Outer Loading Tahap III.....	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	51
Tabel 4.5 Cross Loading	52
Tabel 4.6 Composite Reallibility	53
Tabel 4.7 Path Coeffisient.....	54
Tabel 4.8 R – Square	55
Tabel 4.9 Goodness of Fit (GoF)	55
Tabel 4.10 Koefisien Jalur	56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian	26
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	30
Gambar 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Gambar 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	42
Gambar 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	43
Gambar 4.4 Hasil Pengolahan Data Tahap I	44
Gambar 4.5 Hasil Pengolahan Data Tahap II.....	47
Gambar 4.6 Hasil Pengolahan Data Tahap III	49

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Pernyataan Kuisisioner.....	67
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuisisioner	74
Lampiran 3 Gambar Model Penelitian Tahap I.....	80
Lampiran 4 Gambar Model Penelitian Tahap II	81
Lampiran 5 Gambar Model Penelitian Tahap III	82
Lampiran 6 Outer Loadings Tahap I	83
Lampiran 7 Outer Loadings Tahap II.....	85
Lampiran 8 Outer Loadings Tahap III	87
Lampiran 9 Validitas Diskriminan	88
Lampiran 10 Cross Loading.....	89
Lampiran 11 Validitas dan Realibilitas Konstruk	90
Lampiran 12 Path Coeffisient	90
Lampiran 13 R Square	90
Lampiran 14 Collinearity statistics (VIF).....	90
Lampiran 15 Koefisien Jalur.....	91

Influence Of Service Quality, Store Atmosphere And Customer Testimonial On Repurchase Interest(Study On EigerCikarang Products)

Zaenal Fanani¹⁾
Kuat Riyanto, S.E., M.M., D.B.A²⁾

Abstract

This research aims to identify the influence of Service Quality, Store Atmosphere and Customer Testimonial repeated decision by consumers partially and simultaneously. Service Quality, Store Atmosphere and Customer Testimonial are important factors in marketing strategies to influence consumer purchasing decisions. Data collection was carried out by means of observation, questionnaires and interviews. The sampling technique was by accidental side method with 124 people in population of 180 who were consumers of Eiger products in south cikarang. Research uses quantitative methods using validity testing, reliability testing and hypothesis testing using SmartPLS 0.3 The results of the analysis show that Service Quality has no significant effect on repurchase interest. Obtained from the original sample value of 0.12, the T-statistic value is 0.291 and P is 0.771, or greater than the α value ($0.771 > 0.05$). Store Atmosphere has an insignificant effect on repurchase intention. Obtained from the original sample value of 0.133, the T-statistic value is 1.613, and P is 0.107 or greater than the α value ($0.107 > 0.05$). Customer testimonials have a significant effect on repurchase intention. Obtained from the original sample value of 0.796 the T-statistic value is 9.821, and P is 0.000, or smaller than the α value ($0.000 < 0.05$)

Keyword: Service Quality, Store Atmosphere, Customer Testimonials, Repurchase Intention

**PENGARUH SERVICE QUALITY, STORE ATMOSPHERE DAN
TESTIMONI PELANGGAN TERHADAP MINAT
BELI ULANG (STUDI PADA PRODUK
EIGER CIKARANG)**

Zaenal Fanani¹
Kuat Riyanto.,S.E.,M.M.,D.B.A²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh *Service Quality*, *Store Atmosphere* Dan Testimoni Pelanggan Terhadap keputusan berulang pada Konsumen secara parsial dan simultan. *Service Quality*, *Store Atmosphere* Dan Testimoni Pelanggan merupakan faktor penting dalam strategi pemasaran untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, kuisisioner dan wawancara. Teknik pengambilan sample dengan cara accidental sampling dengan 124 orang pada populasi 180 yang merupakan konsumen produk Eiger di Cikarang Selatan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan uji validitas, uji reabilitas, dan uji hipotesis dengan menggunakan SmartPLS 0.3.

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Service Quality* berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli ulang. Diperoleh dari nilai sample asli 0.12, nilai T-statistik 0.291 dan P sebesar 0.771, atau lebih besar dari nilai α ($0.771 > 0.05$) *Store Atmosphere* berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli ulang. Diperoleh dari nilai sample asli 0.133, nilai T-statistik 1,613, dan P sebesar 0,107 atau lebih besar dari nilai α ($0,107 > 0.05$) Testimoni Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Diperoleh dari nilai sample asli 0.796, nilai T-statistik 9.821, dan P sebesar 0.000, atau lebih kecil dari nilai α ($0.000 < 0.05$).

Kata kunci: *Service Quality*, *Store Atmosphere*, *Testimoni Pelanggan*, minat Beli ulang