

***THE RELEVANCE OF IBOX STORE ATMOSPHERE: BUILDING
CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY***

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana



STEVEN HANS

NIM. B1023191007

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK**

2023

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama : Steven Hans
NIM : B1023191007
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul proposal Skripsi : *The relevance of ibox store atmosphere:
building customer satisfaction and loyalty.*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa proposal Skripsi dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya peneliti sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penelitian yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).

Apabila di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab peneliti yang dapat berakibat pada pembatalan proposal Skripsi dengan judul tersebut di atas.

Demikian pernyataan ini peneliti buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 30 Januari 2023



Steven Hans

NIM. B1023191007

PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Steven Hans
NIM : B1023191007
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : *The relevance of ibox store atmosphere: building customer satisfaction and loyalty.*

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 30 Januari 2023

Steven Hans
NIM. B1023191007

LEMBAR YURIDIS

The relevance of ibox store atmosphere: building customer satisfaction and loyalty.

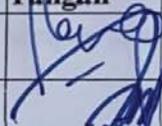
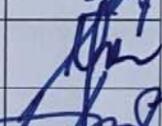
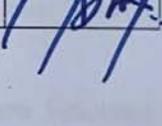
Penanggung jawab Yuridis

Steven Hans

B1023191007

Jurusan : Manajemen
Program Studi : S1 Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Tgl Ujian Skripsi dan Komperhensif : 30 Januari 2023

Majelis Penguji

No	Majelis Penguji	Nama	Tgl/Bln/Thn	Tanda Tangan
1	Pembimbing 1	Dr. Rizky Fauzan, S.E., M.Si	14/2/23	
2	Pembimbing 2	Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M	14/2/23	
3	Penguji 1	Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si	14/2/23	
4	Penguji 2	Harry Setiawan, S.E., M.M	14/2/23	

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus
Dalam Ujian Skripsi Dan Komprehensif

Pontianak, 16 FEB 2023

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si.
197407251998022001

UCAPAN TERIMA KASIH

Shalom. Segala puji syukur atas kemurahan dan kebaikan kepada Tuhan Yesus Kristus sehingga penulis menjalankan berbagai proses dalam studi dengan lancar dan mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul *“The relevance of ibox store atmosphere: building customer satisfaction and loyalty.”*. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan program strata satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.

Dalam penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari doa, bantuan, bimbingan, motivasi, kritik serta saran yang membangun. Oleh karena itu, dengan ungkapan rasa syukur yang ikhlas, penulis ingin mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Garuda Wiko, S.H., M.Si., FCBArb. Selaku Rektor Universitas Tanjungpura.
2. Dr. Barkah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
3. Dr. Titik Rosnani, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
4. Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
5. Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
6. Dr. Juniwati, S.E., M.P. selaku Ketua PPAPK Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
7. Dr. Rizky Fauzan., S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing saya selama 7 semester.
8. Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing MBKM Riset yang telah membimbing saya hingga menyelesaikan jurnal.
9. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si. selaku Dosen pembimbing yang telah

memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Harry Setiawan, S.E., M.Si. selaku Dosen selaku Dosen Penguji yang telah memberikan kritik dan saran selama penulisan skripsi ini.
11. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen khususnya jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan kepada penulis sejak masa awal perkuliahan hingga saat ini.
12. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura yang telah membantu penulis dalam berbagai kesempatan selama penulis berkuliah.
13. Seluruh teman-teman penulis dari Manajemen Angkatan 2019 yang telah kebersamai masa perkuliahan ini. Semangat untuk kalian semua.
14. Seluruh teman-teman dari kelas A Manajemen yang luar biasa selama masa awal perkuliahan hingga saat ini. Masa bersama kalian akan selalu dikenang dan semoga kita semua sehat, sukses dan berdampak positif dimana pun kita berada.
15. Semua pihak yang saya tidak bisa sebut satu per satu yang telah hadir dalam masa perkuliahan saya. Saya ucapkan banyak terima kasih atas kesempatan, inspirasi, dan pengalaman bersama kalian hingga masa akhir studi ini. Doa terbaik untuk kalian semua.

Dengan segala kerendahan hati, penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari para pembaca demi peningkatan mutu penulisan skripsi pada masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Pontianak, 30 Januari 2023

Steven Hans
NIM. B1023191007

***THE RELEVANCE OF IBOX STORE ATMOSPHERE: BUILDING
CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY***

Oleh :
Steven Hans

Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi informasi memicu tumbuhnya persaingan antar toko gadget di Indonesia. Setiap toko bersaing menawarkan daya tarik bagi pelanggan, salah satunya adalah iBox. Suasana toko yang nyaman dengan dekorasi yang unik dan kreatif menjadi kunci bagi pelaku usaha untuk menarik konsumen untuk berkunjung. Menciptakan *store atmosphere* melalui visual, penataan, cahaya, musik, dan aroma dapat menciptakan lingkungan pembelian yang nyaman untuk mempengaruhi persepsi dan emosi konsumen dalam menentukan kepuasan dan loyalitas konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Customer Satisfaction* dan Implikasinya terhadap *Customer Loyalty* di IBox Indonesia. Metode pengumpulan data penelitian menggunakan kuesioner sebanyak 211 responden melalui purposive sampling, dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *tools* AMOS 24.

Kata Kunci: Suasana Toko; Kepuasan pelanggan; Kesetiaan pelanggan

***THE RELEVANCE OF IBOX STORE ATMOSPHERE: BUILDING
CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY***

By :

Steven Hans

*Major in Management
Faculty of Economics and Business
Tanjungpura University*

ABSTRACT

The rapid development of information technology triggers the growth of competition between gadget stores in Indonesia. Each competing store offers attractiveness for customers, one of which is iBox. A comfortable store atmosphere with unique and creative decorations is the key for businesses to attract consumers to visit. Creating a store atmosphere through visuals, arrangement, light, music, and aroma can create a comfortable buying environment to influence consumer perceptions and emotions in determining customer satisfaction and loyalty. This study aimed to determine the effect of the Store Atmosphere on Customer Satisfaction and its Implications for Customer Loyalty at IBox Indonesia. The research data collection method used a questionnaire of 211 respondents through purposive sampling, analysed using Structural Equation Modeling (SEM) with AMOS 24 tools.

Keywords: Store Atmosphere; Customer satisfaction; Customer loyalty

THE RELEVANCE OF IBOX STORE ATMOSPHERE: BUILDING CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY

RINGKASAN SKRIPSI

1. Latar Belakang

Kondisi persaingan dalam lingkungan bisnis menuntut wirausahawan untuk mampu bersaing dan bertahan terhadap pesaing. Banyaknya perusahaan yang berlomba-lomba untuk mendapatkan konsumen membuat kondisi persaingan antar perusahaan berlangsung semakin ketat. Persaingan yang ketat menuntut para pengusaha untuk menentukan strategi yang tepat dalam bersaing untuk memenuhi berbagai kebutuhan konsumen.

Perubahan trend dalam pemasaran dipicu oleh perubahan keadaan di masyarakat global. Perubahan tersebut antara lain meningkatnya pangsa pasar yang dipilih, keputusan pembelian yang semakin selektif, berkembangnya masyarakat informasi, berkembangnya saluran distribusi, berkembangnya cara baru dalam berbelanja, perubahan pola berbelanja yang menyebabkan konsumen memiliki banyak pilihan menentukan produk mana yang dipilih. Melihat kondisi persaingan yang semakin ketat, setiap pelaku bisnis perlu meningkatkan kekuatan yang ada dengan cara memunculkan perbedaan atau keunikan perusahaan dibandingkan dengan pesaing agar dapat menarik konsumen untuk membeli. Menarik konsumen melakukan pembelian tidak hanya dapat dilakukan dengan pemberian diskon, doorprize, atau kegiatan promosi lainnya. Menarik konsumen untuk melakukan pembelian juga dapat dilakukan dengan memberikan suasana yang menyenangkan bagi pelanggan di toko pada saat itu, karena diharapkan konsumen senang untuk melakukan pembelian.

Subyek penelitian ini adalah Ibox Indonesia. Ibox Indonesia merupakan toko gadget yang menyediakan berbagai macam kebutuhan gadget merk Apple. Hingga September 2022 Ibox Indonesia mengoperasikan lebih dari 84 gerai yang tersebar luas di seluruh Indonesia. Target pasar Ibox Indonesia adalah seluruh masyarakat Indonesia pecinta produk Apple. Strategi pemasaran diintegrasikan

dengan kegiatan promosi yang dilakukan secara berkala dengan berbagai metode sesuai dengan jenis produk dan target fokus pasarnya. Ibox Indonesia menarik untuk diteliti karena memiliki konsep *store atmosphere* yang menarik dengan memiliki tata letak toko dan tata letak produk yang rapi, memiliki penerangan yang baik, lingkungan yang bersih dan sejuk, serta memiliki pelayanan yang ramah. Selain itu, gerai Ibox Indonesia ditempatkan di lokasi yang strategis sehingga mudah dijangkau. Tempatnya juga sangat strategis yaitu berada di Mall-mall besar di berbagai kota di Indonesia.

2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan, berikut merupakan tujuan penelitian yang dapat dikemukakan:

1. Menguji dan menganalisis apakah *Store Atmosphere* memiliki pengaruh terhadap *Customer Satisfaction*?
2. Menguji dan menganalisis *Store Atmosphere* memiliki pengaruh terhadap *Customer Loyalty*?
3. Menguji dan menganalisis apakah *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh terhadap *Customer Loyalty*?

3. Metode Penelitian

Causal research merupakan desain yang dipilih dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar kepada responden yang dianggap memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Kuesioner menggunakan skala likert 5 point (1 = *strongly disagree*, 5 = *strongly agree*). *Store Atmosphere* diukur menggunakan delapan item yang diadaptasi dari (Hussain & Ali, 2015). Kepuasan pelanggan diukur menggunakan tiga item yang diadaptasi dari (Bidyut Jyoti Gogoi, 2013). sedangkan *Customer Loyalty* diukur menggunakan empat item yang diadaptasi (I Gusti Ngurah Surahman, 2019).

Jumlah sampel yang terhimpun dan diteliti dalam penelitian ini adalah 211 responden. Sampel yang dilibatkan merupakan Pelanggan yang berada di kota-kota yang ada di Indonesia yaitu: Jakarta, Bandung, Surabaya, Semarang, Bekasi, Tangerang, Yogyakarta, Batam, Palembang dan Pontianak melalui kuesioner online.

4. Hasil Penelitian

- 1) Berdasarkan Tabel 4 nilai t-hitung, pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Customer Satisfaction* sebesar 12,825, lebih besar dari nilai t-tabel (1,96). Demikian juga, p-value kurang dari 0,001; lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 0,05$). Hasil ini berkaitan dengan hipotesis pertama, di mana *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. Untuk hipotesis kedua nilai t-hitung, pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* adalah 7,371, dan p-value lebih kecil dari 0,001. Hal ini membuktikan bahwa *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*. Untuk hipotesis ketiga, nilai t-hitung, pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Customer Loyalty* adalah 2,015, dan p-value lebih kecil dari 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*.
- 2) Berdasarkan hasil uji Sobel pada Tabel 4 diperoleh nilai statistik uji Sobel sebesar 6,38 menunjukkan bahwa nilai statistik uji Sobel lebih besar dari t-tabel (1,96). Demikian juga nilai p-value yang memperoleh angka kurang dari 0,001 lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 0,05$). Hal ini menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung yang signifikan dari *Store Atmosphere* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*.

5. Kesimpulan dan Saran

Hasil di dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dari 3 hipotesis yang telah diajukan, terdapat 3 hipotesis yang diterima. Hasil penelitian pertama menunjukkan bahwa variabel *Store Atmosphere* pada Ibox Indonesia berpengaruh positif pada *Customer Satisfaction*. Hasil penelitian kedua menunjukkan bahwa variabel *Store Atmosphere* pada Ibox Indonesia berpengaruh positif pada Loyalitas Pelanggan. Hasil penelitian ketiga menunjukkan bahwa variabel *Customer Satisfaction* pada Ibox Indonesia berpengaruh positif pada Loyalitas Pelanggan.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT	i
PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI	ii
LEMBAR YURIDIS	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
ABSTRAK	vi
RINGKASAN SKRIPSI	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
LAMPIRAN	xvii
ABSTRACT	EM-2023-11
INTRODUCTION	EM-2023-11
MATERIALS	EM-2023-11
1.1 Store Atmosphere and Customer Satisfaction	EM-2023-11
1.2 Store Atmosphere and Customer Loyalty	EM-2023-11
1.3 Customer Loyalty and Customer Satisfaction	EM-2023-11
METHODS	EM-2023-11
RESULT AND DISCUSSION	EM-2023-11
1 Respondent Characteristics	EM-2023-11
2 Measurement and Structural Models	EM-2023-11
DATA AVAILABILITY	EM-2023-11
CONFLICTS OF INTEREST	EM-2023-11
FUNDING STATEMENT	EM-2023-11
AUTHORS' CONTRIBUTIONS	EM-2023-11
ACKNOWLEDGMENTS	EM-2023-11
REFERENCES	EM-2023-11
LAMPIRAN	EM-2023-11

DAFTAR TABEL

Halaman

<i>Table 1. Characteristics of Respondents</i>	EM-2023-4453
<i>Table 2. Measurement and Structural Model</i>	EM-2023-4453
<i>Table 3. Goodness of Fit Index</i>	EM-2023-4454
<i>Table 4. Hypotheses Testing</i>	EM-2023-4454
<i>Table 5. Sobel Test</i>	EM-2023-4455

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<i>Figures 1. Full Model Structural Test</i>	EM-2023-4455

	Halaman
Lampiran 1 SK Dekan.....	1
Lampiran 2 LOA	10
Lampiran 3 Document Informasi Artikel.....	12
Lampiran 4 Kuesioner	14
Lampiran 5 Data.....	23
Lampiran 6 Olahan Data.....	32