

PENGARUH *COMMUNICATION* DAN *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP *SATISFACTION* DI *SOGO DEPARTMENT STORE OUTLET*
GALAXY MALL SURABAYA: TINJAUAN GENDER



OLEH:
APRYANTO CH. BANUNAEK
3103012165

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016

PENGARUH *COMMUNICATION* DAN *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP *SATISFACTION* DI SOGO *DEPARTMENT STORE*
OUTLET GALAXY MALL SURABAYA: TINJAUAN GENDER

SKRIPSI S1

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

APRYANTO CH. BANUNAEK

3103012165

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2016

HALAMAN PERSETUJUAN

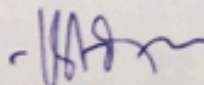
SKRIPSI

PENGARUH *COMMUNICATION* DAN *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP *SATISFACTION* DI *SOGO DEPARTMENT STORE OUTLET*
GALAXY MALL SURABAYA: TINJAUAN GENDER

Oleh:
APRYANTO CH. BANUNAEK
3103012165

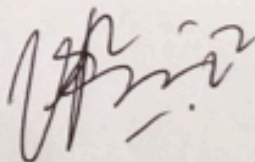
Telah Disetujui dan Diterima
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si.
Tanggal: 26 Mei 2016

Pembimbing II,

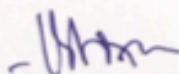


Veronika Rahmawati, SE., M.Si.
Tanggal: 26 Mei 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Apryanto Ch. Banunack NRP 3103012165,
Telah diuji pada tanggal 28 Juli 2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim
Penguji

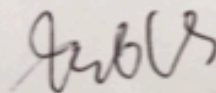
Ketua Tim Penguji:



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si.

Mengetahui:

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si.
NIK. 311.99.0369



**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : APRYANTO CH. BANUNAEK

NRP : 3103012165

Judul Skripsi : PENGARUH *COMMUNICATION* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *SATISFACTION* DI SOGO DEPARTMENT STORE OUTLET GALAXY MALL SURABAYA: TINJAUAN GENDER

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, 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, 02 Agustus 2016
Yang menyatakan



(APRYANTO CH. BANUNAEK)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan yang berjudul *Pengaruh Communication dan Store Atmosphere Terhadap Satisfaction di SOGO Department Store Outlet Galaxy Mall Surabaya: Tinjauan Gender* ini dengan baik.

Penulis sangat bersyukur kerana telah mendapat banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga penyusunan laporan ini dapat selesai dengan baik untuk memenuhi syarat kelulusan Fakultas Bisnis, Jurusan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Veronika Rahmawati SE., M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi, ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Ibu Dra. Ec. MG Temengkol, MM, selaku dosen wali yang membimbing dan memberi arahan dalam menimba ilmu.
7. Kepada kedua orang tua saya yang telah memberikan banyak dukungan, doa, dan motivasi, dalam penyusunan skripsi ini dan dalam studi yang saya tempuh.
8. Kepada saudara saya Vivi, Irsan, dan Aldo yang telah memberikan arahan dukungan, dan doa, dalam penyusunan skripsi ini.
9. Kepada pacar saya Vivi Effendy yang selalu memberikan doa, dan dukungan sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
10. Kepada keluarga kecil saya di kampus, Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemen yang mengajarkan saya nilai-nilai organisasi selama saya menempuh studi.
11. Kepada seluruh teman-teman angkatan 2012 jurusan manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang senantiasa membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan laporan ini, terima kasih atas semangat, bantuan, saran, dan doanya.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam laporan ini, oleh karena itu kritik maupun saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca.

Surabaya, 02 Agustus 2016

Apryanto Ch. Banunaek

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi.....	10
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Landasan Teori.....	13
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	28
2.4. Model Penelitian.....	30
2.5. Hipotesis.....	30
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian	31

3.2. Identifikasi Variabel.....	31
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	31
3.4. Pengukuran Variabel.....	33
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	34
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	34
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.8. Teknik Analisis Data.....	36
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskriptif Hasil Penelitian.....	44
4.2. Uji Validitas dan Reabilitas.....	56
4.3. Interpretasi Analisis Regresi Responden Gender Pria....	59
4.4. Interpretasi Analisis Regresi Responden Gender Wanita	62
4.5. <i>Independent Sample t Test</i>	64
4.6. Pembahasan.....	65
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan.....	71
5.2. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....	12
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	45
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan Terakhir	46
Tabel 4.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 4.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	48
Tabel 4.10. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
Tabel 4.11. Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan Terakhir	49
Tabel 4.12. Hasil Penilaian rata-rata variabel <i>Communication</i>	50
Tabel 4.13. Hasil Penilaian rata-rata variabel <i>Store Atmosphere</i>	52

Tabel 4.14. Hasil Penilaian rata-rata variabel <i>Satisfaction</i>	54
Tabel 4.15. Uji Validitas Responden dari Gender Pria	56
Tabel 4.16. Uji Reliabilitas Responden dari Gender Pria	57
Tabel 4.17. Uji Validitas Responden dari Gender Wanita	57
Tabel 4.18. Uji Reliabilitas Responden dari Gender Wanita	58
Tabel 4.19. Uji Asumsi <i>Multkolinearitas</i>	59
Tabel 4.20. Uji Asumsi <i>Heteroskedastisitas</i>	59
Tabel 4.21. Koefisien Determinasi	60
Tabel 4.22. Uji F.....	60
Tabel 4.23. Uji t.....	61
Tabel 4.24. Uji Asumsi <i>Multkolinearitas</i>	62
Tabel 4.25. Uji Asumsi <i>Heteroskedastisitas</i>	62
Tabel 4.26. Koefisien Determinasi	63
Tabel 4.27. Uji F.....	63
Tabel 4.28. Uji t.....	64
Tabel 4.29. Output Independent <i>sample t test</i>	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Persentase Omzet Ritel Modern Nasional 2005-2014.....	1
Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen Assael.....	13
Gambar 2.2. Model Penelitian.....	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tabulasi Data Kuisisioner

Lampiran 3. Statistik Deskriptif Karakteristik Responden

Lampiran 4. Uji Validitas dan Reabilitas Gender Pria

Lampiran 5. Uji Validitas dan Reabilitas Gender Wanita

Lampiran 6. Output Regresi Linear Berganda Gender Pria

Lampiran 7. Output Regresi Linear Berganda Gender Wanita

Lampiran 8. Output *Independent sample t test* (Uji Beda)

PENGARUH *COMMUNICATION* DAN *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP *SATISFACTION* DI SOGO *DEPARTMENT STORE*
OUTLET GALAXY MALL SURABAYA: TINJAUAN GENDER

Apryanto Ch. Banunaek
ryan_banunaek@yahoo.com

ABSTRAK

Customer satisfaction telah menjadi inti dari pelayanan bisnis ritel supaya dapat tetap kompetitif dalam persaingan bisnis. Oleh sebab itu sangat penting bagi peritel untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi *Customer satisfaction*. Lewat variabel *communication* dan *store atmosphere* merek ritel berusaha untuk memuaskan pelanggan mereka.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari *communication* dan *store atmosphere* terhadap *customer satisfaction* serta menganalisis apakah terdapat perbedaan persepsi antara pria dan wanita di Sogo Dept. Store di Galaxy Mall Surabaya. Sampel diambil dari 200 responden yang sudah mengunjungi dan berbelanja di Sogo Dept. Store di Galaxy Mall Surabaya. Responden yang dipilih adalah responden yang telah menjadi member Sogo Dept. Store, sehingga dapat memberikan informasi mengenai variabel *communication* pada Sogo Dept. Store. Data diperoleh melalui penyebaran kuisioner pada 100 responden gender pria dan 100 responden gender wanita. Teknik analisis data menggunakan *Multiple Linier Regression*. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling method*.

Hasil dari penelitian ini yakni variabel *communication* dan *store atmosphere* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada kedua gender. Hasil ini juga menunjukkan tidak ada perbedaan persepsi yang signifikan antara gender pria dan wanita. Tetapi faktor yang memberikan kontribusi terbesar berbeda pada gender pria dan wanita. Pada gender pria kontribusi terbesar yaitu *communication*, sementara pada gender wanita kontribusi terbesar adalah *store atmosphere*.

Kata kunci: *Communication; Store Atmosphere; Customer Satisfaction; gender*

THE EFFECT OF COMMUNICATION AND STORE ATMOSPHERE
TOWARDS SATISFACTION IN SOGO *DEPARTMENT STORE*
OUTLET GALAXY MALL SURABAYA: GENDER COMPARISON

Apriyanto Ch. Banunaek
ryan_banunaek@yahoo.com

ABSTRACT

Customer satisfaction has become the main core retail services business to be sustained in the competition. Therefore it is very important for retailers to determine what factors affect the customer satisfaction. Through communication variable factor and store atmosphere variable factor retail brand trying satisfy their customer.

The purpose of this research is to see the influence from communication and store atmosphere towards customer's satisfaction and analyze whether there are differences in the perception between male and female at Sogo Dept. Store in Galaxy Mall Surabaya. The sample was taken to 200 respondents who had visited and shop at Sogo Dept. Store in Galaxy Mall. The respondents also should have member at Sogo Dept. Store, so they can receive some detail information about communication at Sogo Dept. Store. The data were collected using questionnaire method on 100 respondents from male gender and 100 respondents from female gender. Analysis technique using Multiple Linier Regression. Meanwhile, the sampling technique using purposive sampling method.

The results of this analysis shows that communication and store atmosphere have positive effect on customer satisfaction on both gender. The results also showed that there was no significant difference in perception between male and female gender. But there is different on the biggest factor contributing to the male and female gender. Male biggest contribution is communication while in female, the biggest contribution is store atmosphere.

Keywords: *Communication; Store Atmosphere; Customer Satisfaction; gender*