

PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *PERSONAL INTERACTION*, DAN  
*STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *WORD OF MOUTH* DENGAN  
*CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI MEDIASI PADA  
PULL N BEAR STORE GALAXY MALL SURABAYA



OLEH

ALDO STEVANIO LOUIS

3103013268

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2016

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *PERSONAL INTERACTION*,  
DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *WORD OF MOUTH*  
DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI MEDIASI  
PADA PULL N BEAR STORE GALAXY MALL SURABAYA**

SKRIPSI  
Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen

OLEH:  
ALDO STEVANIO LOUIS  
3103013268

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA

2016

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *PERSONAL INTERACTION*,  
DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *WORD OF MOUTH*  
DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI MEDIASI  
PADA PULL N BEAR STORE GALAXY MALL SURABAYA**

**OLEH:  
ALDO STEVANIO LOUIS  
3103013268**

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Diah Tulipa, SE, MM

Tanggal: 11/11/17



Marlana Junaedi, SE, M.Si.

Tanggal: 11-11-2017

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Aldo Stevanio Louis NRP 3103013268 Telah di uji pada tanggal 24 Januari 2017 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji,




Dr. Diah Tulipa, SE., MM.

NIK. 311.02.0543

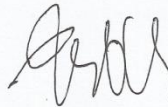
Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM.  
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si.

NIK. 311.99.036

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ALDO STEVANIO LOUIS

NRP : 3103013268

Judul :

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY, PERSONAL INTERACTION,*  
*DAN STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *WORD OF MOUTH*  
DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI MEDIASI  
PADA PULL N BEAR STORE GALAXY MALL SURABAYA**

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

Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta. Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 11 Januari 2017  
menyatakan,



(ALDO STEVANIO LOUIS)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan kelimpahan sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi ini. Laporan Tugas Akhir Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan Laporan Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, M.Si., SE., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Diah Tulipa, SE. MM selaku dosen pembimbing I, dan Ibu Marliana Junaedi, SE, M.Si. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan banyak saran dan nasehat untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Orang tuasaya Bapak Johan Lois dan Ibu Lidya Perwitasari yang telah member doa dan dukungan baik secara Moral maupun Materi selama saya kuliah di Universitas Katolik Widya mandala Surabaya.
5. Teman-teman grup CORM ( *Comunity of Retail Management* ) yang telah membantu dalam memberikan informasi mengenai jadwal dan prosedur penulisan skripsi.

6. Asisten lab yang telah membantu dalam memberikan arahan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan, maka dari itu kritik maupun saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembacanya.

Surabaya, 11 Januari 2017

Peneliti,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Aldo Stevanio Louis', written over a horizontal line.

(ALDO STEVANIO LOUIS)

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>ABSTRACT</b> .....	xv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 SistematikaPenulisan.....	8
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Kajian Teori.....	11
2.2.1. <i>Product Quality</i> .....	11
2.2.2. <i>Personal Interaction</i> .....	12
2.2.3. <i>Store Atmosphere</i> .....	13
2.2.4. <i>Customer Satisfaction</i> .....	16
2.2.5. <i>Words of mouth</i> .....	18



2.3 Hubungan antar Variabel.....	19
2.3.1. Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	19
2.3.2. Pengaruh <i>Personal Interaction</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	19
2.3.3. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	20
2.3.4. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Words of mouth</i> .....	20
2.3.5. Pengaruh <i>Product Quality Words of mouth</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> sebagai mediasi.....	21
2.3.6. Pengaruh <i>Personal Interaction Words of mouth</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> sebagai mediasi.....	21
2.3.7. Pengaruh <i>Store Atmosphere Words of mouth</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> sebagai mediasi.....	22
2.4 Model penelitian .....	23
2.5 Hipotesis.....	23
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....	24
3.1 Desain Penelitian .....	24
3.2 Identifikasi Variabel.....	24
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	24
1. <i>Product Quality</i> .....	25
2. <i>Personal Interaction</i> .....	25
3. <i>Store Atmosphere</i> .....	25
4. <i>Customer Satisfaction</i> .....	26
5. <i>Words of mouth</i> .....	26
3.4 Pengukuran Variabel .....	26
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	27

3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	27
3.7	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	28
3.8	Teknik Analisis Data.....	29
3.8.1	Uji Normalitas .....	29
3.8.2	Uji Validitas .....	29
3.8.3	Uji Reliabilitas.....	30
3.8.4	Uji Kecocokan Model .....	30
3.8.5	Uji Kecocokan Struktural.....	31
3.8.6	Uji Hipotesis.....	31
<b>BAB 4</b>	<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>32</b>
4.1	Karakteristik Responden .....	32
4.1.1	Pernah Melakukan Pembelian.....	32
4.1.2	Jenis Kelamin .....	32
4.1.3	Usia.....	33
4.1.4	Penghasilan.....	33
4.1.5	Nilai yang Dikeluarkan Dalam 1 Kali Belanja .....	34
4.2	Statistik Deskripsi Variabel Penelitian.....	34
4.2.1	Statistik Deskripsi variable <i>Product Quality</i> .....	35
4.2.2	Statistik Deskripsi variable <i>Personal Interaction</i> .....	36
4.2.3	Statistik Deskripsi variable <i>Store Atmosphere</i> .....	37
4.2.4	Statistik Deskripsi variable <i>Customer Satisfaction</i> .....	37
4.2.5	Statistik Deskripsi Variabel <i>Words Of Mouth</i> .....	38
4.3	Analisis Data.....	39
4.3.1	Uji Normalitas .....	39
4.3.2	Uji Validitas .....	40
4.3.3	Uji Reabilitas .....	41
4.3.4	Uji Kecocokan Model .....	41
4.3.5	Uji Kecocokan Model Struktural.....	42

4.3.6 Uji Hipotesis.....	43
4.3.7 Pembahasan.....	45
4.3.7.1Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	46
4.3.7.2Pengaruh <i>Personal Interaction</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	47
4.3.7.3Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	47
4.3.7.4Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Words of mouth</i> .....	48
4.3.7.5Pengaruh <i>Product Quality</i> <i>Words of mouth</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> sebagai mediasi.....	49
4.3.7.6. Pengaruh <i>Personal Interaction</i> <i>Words of mouth</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> sebagai mediasi .....	49
4.3.7.7 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> <i>Words of mouth</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> sebagai mediasi.....	50
<b>BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	51
5.1 Simpulan.....	51
5.2 Saran .....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....9
Tabel 3.1	<i>Goodness of Fit</i> .....31
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.....32
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Usia.....33
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Penghasilan.....33
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Nilai yang dikeluarkan dalam 1 kali Belanja.....34
Tabel 4.5	Interval Rata – rata Skor.....35
Tabel 4.6	Statistik Deskripsi Variabel <i>Product Quality</i> .....35
Tabel 4.7	Statistik Deskripsi Variabel <i>Personal Interaction</i> .....36
Tabel 4.8	Statistik Deskripsi Variabel <i>Store Atmosphere</i> .....37
Tabel 4.9	Statistik Deskripsi Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....37
Tabel 4.10	Statistik Deskripsi Variabel <i>Words of Mouth</i> .....38
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> .....39
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Indikator ke Variabel Laten.....40
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas.....41
Tabel 4.14	Indeks Fit dalam SEM.....42
Tabel 4.15	Pengujian Hipotesis Direct Effect.....43
Tabel 4.16	Pengujian Hipotesis Indirect Effect.....44

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar1.1	Pertumbuhan toko Pull & Bear dalam 25 tahun ..... 2
Gambar2.1	Model Penelitian ..... 23
Gambar 4.1	Hasil T-Values.....43

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2: Data Responden
- Lampiran 3: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
- Lampiran 4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
- Lampiran 5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan
- Lampiran 6 : Nilai yang Dikeluarkandalam 1 kali Belanja
- Lampiran 7 : Hasil Mean tiap Variabel
- Lampiran 8 : Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 9 : Path Diagram *T-Values*
- Lampiran 10: Hasil & Path Diagram *Standardized Solution*
- Lampiran 11: Hasil *Goodness of Fit*
- Lampiran 12: Hasil Total *Effect*
- Lampiran 13: Path Diagram *Estimate*
- Lampiran 14: Syntax

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *product quality*, *personal interaction*, *store atmosphere* terhadap *words of mouth* dengan *customer satisfaction* sebagai mediasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Obyek dari penelitian ini adalah konsumen dari toko *fashion* Pull & Bear Galaxy Mall Surabaya, dengan jumlah sampel sebanyak 110 responden.

Hasil Penelitian ini menjelaskan : (1) *product quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*, (2) *personal interaction* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*, (3) *store atmosphere* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*, (4) *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *words of mouth*, (5) *product quality* berpengaruh terhadap *words of mouth* melalui *customer satisfaction*, (6) *personal interaction* berpengaruh terhadap *words of mouth* melalui *customer satisfaction*, (7) *store atmosphere* berpengaruh terhadap *words of mouth* melalui *customer satisfaction*.

**Kata Kunci** : *product quality, personal interaction, store atmosphere, customer satisfaction, words of mouth*

## ***ABSTRACT***

*The aims of this study is to determine the effect of product quality, personal interaction, store atmosphere toward words of mouth and customer satisfaction as mediation. This study uses analysis techniques Structural Equation Modeling (SEM). The object of this study are consumers of fashion stores Pull & Bear Galaxy Mall Surabaya, with total samples of 110 respondents.*

*The results of this study showed: (1) product quality has an effect on customer satisfaction, (2) personal interaction has an effect on customer satisfaction, (3) store atmosphere has influence on customer satisfaction, (4) customer satisfaction has influence on words of mouth, (5) product quality has influence on words of mouth through customer satisfaction, (6) personal interaction has an effect on words of mouth through customer satisfaction, (7) store atmosphere has an effect the words of mouth through customer satisfaction.*

***Key Words*** : ***product quality, personal interaction, store atmosphere, customer satisfaction, words of mouth***