

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, STORE ATMOSPHERE, CITRA  
TOKO DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN**

**(Studi Pada Supermarket Superindo Tidar Di Kota Surabaya)**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen**



Diajukan oleh:

**YOHANES RICHARDUS NDAE**

NPM : 16420057

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**2022**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, STORE ATMOSPHERE, CITRA  
TOKO DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
( Studi pada Supermarket Superindo Tidar di Kota Surabaya )**

**Diajukan Oleh**

**YOHANES RICHARDUS NDAE  
NPM : 16420057**

**TELAH DISETUJUI DAN DI TERIMA BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING**



**Dr. KRISTININGSIH, SE., M.SI**

Tanggal, .....

**KETUA PROGRAM STUDI**



**Dr. KRISTININGSIH, SE., M.SI**

Tanggal, .....

**HALAMAN DEWAN PENGUJI**

**Skripsi**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, STORE ATMOSPHERE, CITRA  
TOKO DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN**

**( Studi pada Supermarket Superindo Tidar di kota Surabaya )**

**Dipersiapkan dan disusun oleh :**

**YOHANES RICHARDUS NDAE**

**NPM : 16420057**

**Susunan Dewan Penguji**

**Pembimbing Utama**



**DR. KRISTININGSIH., M.SI**

**Tim Penguji 1**



**DIAH JULINDRASTUTI, SE., M.Ak**

**Tim Penguji 2**



**HUSNI INDRAWATI WIJAYA PUTRI, SE., MM.**

Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal.....



**DR. KRISTININGSIH, SE., M.SI**

**NIK : 98283**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang beranda tangan di bawah ini, saya mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya:

Nama : **YOHANES RICHARDUS NDAE**

Npm : 16420057

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada perpustakaan Universitas Wijaya Kusuma Surabaya karya ilmiah saya yang berjudul: **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, STORE ATMOSPHERE, CITRA TOKO DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Supermarket Superindo Tidar Di Kota Surabaya)**, beserta perangkat yang diperlukan (bila ada).

Dengan demikian saya memberikan kepada perpustakaan Universitas Wijaya Kusuma Surabaya untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain, mengelolanya dalam pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas dan mempublikasikan di interne atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya maupun memberi royalti kepada saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 12 Juli 2022

Yang menyatakan

A 2000 Rupiah postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SEPLUH RIBU RUPIAH', '2000', 'METERAI TEMPEL', and 'CD0AKX062789899'.

**(Yohanes Richardus Ndae)**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur untuk kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini guna memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai Gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Adapun judul dari penulisan skripsi ini adalah **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, STORE ATMOSPHERE, CITRA TOKO DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN” (Studi Pada Supermarket Superido Tidar Di Kota Surabaya)**. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena menyadari segala keterbatasan yang ada. Untuk itu demi sempurnanya skripsi ini, penulis sangat membutuhkan dukungan dan sumbangsih pikiran yang berupa kritik dan saran yang bersifat membangun.

Dengan tersusunnya skripsi ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada kedua orang tua bapak Yosep Say dan ibu Tekla Mbejo yang telah memberikan kasih sayang, nasehat, motivasi dan dukungan lahir maupun batin serta doa yang tiada henti kepada penulis, serta pihak-pihak yang memberikan dukungan kepada penulis diantaranya yang terhormat:

1. Bapak Prof. DR. H. Widodo Ario Kentjono, dr. sp.THT-KL (K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Kristiningsih, SE., M.SI. Selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak Djojho Dihadjo. SE,MM,MAk selaku Dosen Wali yang telah membimbing dan membantu selama masa perkuliahan.
5. Ibu Dr. Kristiningsih, SE., M.SI selaku Dosen Pembimbing, yang telah bersedia meluangkan waktu serta dengan penuh kesabaran membantu penulis dalam mengarahkan, membimbing, serta memberikan saran yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Terimakasih kepada Semua Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan ini.
7. Keluarga kecil penulis khususnya orang tua tercinta bapak Yoseph Say dan ibu Tekla Mbejo serta keluarga besar yang telah memberikan doa, dukungan dan motivasi selama ini kepada penulis.
8. Terimakasih kepada sahabat dan orang terdekat yang telah memberikan doa dan semangat sehingga skripsi ini dapat selesai.

Semoga Tuhan YME, senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya selalu.

Surabaya,

Yohanes Richardus Ndae

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN DEWAN PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAK .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TELAH PUSTAKA .....	9
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	9
2.1.2 Pengertian Kualitas Layanan .....	10
2.1.2.1 Indikator Kualitas Layanan.....	11
2.1.3 Pengertian <i>Store Atmosphere</i> .....	12
2.1.3.1 Indikator Pada <i>Store Atmosphere</i> .....	12
2.1.3.2 Tujuan <i>Store Atmosphere</i> .....	13
2.1.3.3 Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Dalam <i>Store Atmosphere</i> .....	13
2.1.4 Pengertian Citra toko .....	15
2.1.4.1 Indikator Citra Toko.....	15

2.1.4.2	Strategi Mempertahankan Citra Toko .....	16
2.1.4.3	Komponen Citra Toko .....	17
2.1.5	Pengertian <i>Word Of Mouth</i> .....	18
2.1.5.1	Indikator <i>Word Of Mouth</i> .....	19
2.1.5.2	Faktor-Faktor Motivasi Yang Mempengaruhi Terjadinya <i>Word Of Mouth</i> .....	19
2.1.5.3	Tahapan Dalam <i>Word Of Mouth</i> .....	20
2.2	Penelitian Sebelumnya .....	21
2.3	Hipotesis dan Model Analisis .....	22
2.3.1	Hipotesis .....	22
2.3.2	Model Analisis .....	22
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>23</b>
3.1	Pendekatan Penelitian .....	23
3.2	Populasi dan Sampel .....	23
3.2.1	Populasi .....	23
3.2.2	Sampel .....	23
3.3	Identifikasi Variabel .....	24
3.4	Definisi Operasional Variabel .....	24
3.4.1	Variabel Bebas (Independent Variabel) .....	25
3.4.2	Variabel Terikat (Dependent Variable) Keputusan Pembelian (Y) .....	28
3.5	Jenis dan Sumber Data .....	29
3.5.1	Jenis Data .....	29
3.5.2	Sumber Data .....	29
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	29
3.7	Teknik Analisis Data .....	30
3.7.1	Uji Validitas dan Reabilitas .....	30
3.7.1.1	Uji Validitas .....	30
3.7.1.2	Uji Reliabilitas .....	31
3.7.2	Uji Statistika .....	31



3.7.2.1	Regresi Linear Berganda .....	31
3.7.2.2	Koefisien Determinasi .....	32
3.7.3	Uji Hipotesis Penelitian .....	32
3.7.3.1	Uji F.....	32
3.7.3.2	Uji T .....	33
3.7.3.3	Uji Dominasi .....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		34
4.1	Gambaran Umum Subyek .....	34
4.2	Hasil Penelitian .....	36
4.2.1	Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
4.2.2	Responden berdasarkan Usia .....	36
4.2.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	37
4.2.4	Responden Berdasarkan Pendidikan .....	38
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian .....	38
4.3.1	Deskripsi variabel kualitas layanan (X1) .....	38
4.3.2	Deskripsi Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X2) .....	39
4.3.3	Deskripsi Variabel Citra Toko (X3) .....	40
4.3.4	Deskripsi Variabel Word Of Mouth .....	40
4.3.5	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	41
4.4	Teknik Analisa Data .....	41
4.4.1	Uji Validitas .....	42
4.4.2	Uji Reliabilitas .....	43
4.5	Uji Statistik .....	44
4.5.1	Uji Analisis Linear Berganda .....	44
4.5.2	Uji Koefesien Determinasi ( $R^2$ ) .....	46
4.6	Uji Hipotesis Penelitian .....	47
4.6.1	Uji F .....	47
4.6.2	Uji t. ....	48
4.6.3	Uji Dominan .....	49
4.7	Pembahasan .....	49

4.7.1	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian .....	49
4.7.2	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	50
4.7.3	Pengaruh Citra Toko terhadap keputusan pembelian .....	51
4.7.4	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	51
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN .....		52
5.1	Simpulan .....	52
5.2	Saran .....	53
5.3	Keterbatasan .....	53
DAFTAR PUSTAKA .....		54
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Indeks Supermarket .....	3
Tabel 2.1	Rujukan Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 4.1	Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
Tabel 4.2	Responden berdasarkan Usia .....	37
Tabel 4.3	Responden berdasarkan Pekerjaan .....	37
Tabel 4.4	Responden berdasarkan Pendidikan .....	38
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Layanan (X1) .....	39
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X2) .....	39
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai Citra Toko (X3) .....	40
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Word Of Mouth ..	40
Tabel 4.9	Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	41
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas .....	42
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas .....	43
Tabel 4.12	Hasil Analisa Regresi Linear Berganda .....	44
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	46
Tabel 4.14	Hasil Uji F .....	47
Tabel 4.15	Hasil Uji t .....	48

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual .....	22
------------	---------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data / Input Data Penelitian

Lampiran 3 Hasil Olah Data Penelitian

Lampiran 4 Pedoman nilai uji F dan t

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan, *Store Atmosphere*, Citra Toko dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Supermarket Superindo Tidar di kota Surabaya ). Populasi dalam penelitian ini yaitu orang yang mengunjungi Supermarket Superindo di kota Surabaya. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden, yang diambil menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda dan perhitungan statistik diolah menggunakan SPSS versi 20.0. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan Kualitas Layanan, *Store Atmosphere*, Citra Toko dan *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Supermarket Superindo Tidar di kota Surabaya. Secara persial *Store Atmosphere* , Citra Toko dan *Word Of Mouth* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sedangkan Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Supermarket Superindo Tidar di kota Surabaya. Hasil pengujian dominan yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian adalah Kualitas Layanan.

**Kata kunci : Kualitas Layanan, *Store Atmosphere*, Citra Toko , *Word Of Mouth* dan Keputusan Pembelian.**

## ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of Service Quality, *Store Atmosphere*, Store Image and *Word Of Mouth* on Purchase Decisions (Study on Superindo Supermarkets Tidar in the city of Surabaya). The population in this study are people who visit Superindo Supermarkets in the city of Surabaya. The number of samples in this study were 100 respondents, which were taken using purposive sampling method. The analysis in this study is multiple linear regression analysis and statistical calculations processed using SPSS version 20.0. The results of this study indicate that simultaneously Service Quality, *Store Atmosphere*, Store Image and *Word Of Mouth* have a significant effect on Purchase Decisions at Superindo Supermarkets Tidar in the city of Surabaya. Partially *Store Atmosphere*, Store Image and *Word Of Mouth* have no effect on Purchase Decisions, while Service Quality has a significant effect on Purchase Decisions at Superindo Supermarkets Tidar in Surabaya. The dominant test result that influences the Purchase Decision is Service Quality.

**Keywords:** Service Quality, *Store Atmosphere*, Store Image, *Word Of Mouth* and Purchase Decision.