

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN
KUALITAS LINGKUNGAN TERHADAP KEPUASAAN DAN
LOYALITAS DALAM BISNIS MINIMARKET ”**

(Studi kasus pada bisnis Minimarket Melati di Lombok)



Oleh:

Shella Frisca Setiani

170323202

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

SEMESTER GASAL 2020

LEMBAR PENGESAHAN

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN
KUALITAS LINGKUNGAN TERHADAP KEPUASAAN DAN
LOYALITAS DALAM BISNIS MINIMARKET ”**

(Studi kasus pada bisnis Minimarket Melati di Lombok)



Oleh:

Shella Frisca Setiani

170323202

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 540/J/1

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Kamis, 10 Juni 2021 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- | | |
|---|-----------------|
| 1. Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si. | (Ketua Penguji) |
| 2. Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. | (Anggota) |
| 3. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. | (Anggota) |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Shella Frisca Setiani

NPM : 170323202

Diryatakan

Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini skripsi Shella Frisca Setiani telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,


Dekan Budi Suprpto, MBA., Ph.D.
YESS DAN ESTIMABILIA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

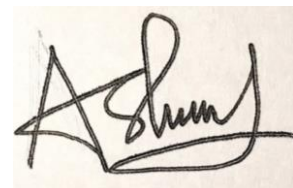
“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN KUALITAS LINGKUNGAN TERHADAP KEPUASAAN DAN LOYALITAS DALAM BISNIS MINIMARKET ”

(Studi kasus pada bisnis Minimarket Melati di Lombok)

Benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiaris dalam skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Mataram, 05 Mei 2021

Yang menyatakan



Shella Frisca Setiani

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang memberikan rahmat-Nya sehingga saya dapat dan mampu untuk menyelesaikan Skripsi Manajemen Pemasaran ini. Skripsi yang berjudul “Analisis strategi bisnis minimarket dengan mendorong minat beli konsumen terhadap kualitas produk, kualitas layanan dan kualitas lingkungan” (studi kasus pada bisnis minimarket melati di Lombok)

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk dapat memenuhi tanggung jawab saya sebagai mahasiswa/i dan memberikan hasil yang baik untuk dosen pembimbing mata kuliah ini. Selain itu juga, tujuan dilakukannya penulisan skripsi ini untuk dapat menambah ilmu pengathuan yang baru serta menambah wawasan tentang bisnis minimarket

Saya berharap tulisan yang saya buat ini dapat berkenan bagi bapak/ibu dosen yang membacanya. Saya juga berterima kasih atas tugas yang telah diberikan karena dapat menambah pengathuan serta wawasan sesuai dengan bidang studi yang saya tekuni.

Saya menyadari, tulisan skripsi yang saya buat ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, saran dan kritik yang dapat membangun akan saya terima untuk dapat menyempurnakan tulisan saya ini.

Mataram, 15 Maret 2021

Shella Frisca Setiani

Daftar Isi

Contents

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	iv
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	vii
Daftar Gambar	viii
Daftar Lampiran	ix
BAB 1	1
PENDAHULUAN	2
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH	2
1.2 RUMUSAN MASALAH	6
1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	7
1.3.1 MANFAAT PENELITIAN	8
1.4 SISTEMATIKA PENELITIAN	8
BAB II	10
DASAR TEORI	10
2.1 LANDASAN TEORI	10
a. Definisi Perilaku Konsumen	10
b. Definisi Harga	12
c. Kualitas Produk	13
d. Definisi Kualitas Layanan	15
g. Loyalitas Pelanggan	19
2.2 Penelitian Terdahulu	22
PENELITIAN SEBELUMNYA	28
2.3 MODEL RISET	33
2.4 PENGEMBANGAN HIPOTESIS	34
BAB III	38
METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Metode Pengambilan Sampel	38
3.2 Teknik Pengumpulan Data	39

3.3	Metode Pengukuran Data	41
3.4	Definisi Operasional	42
3.5	Metode Analisis Data	44
1.	Analisis Faktor Eksplorasi	44
2.	Analisis Model SEM	44
3.	Hasil Uji Hipotesis	45
3.6	Objek dan Subjek Penelitian	45
3.7	Populasi	45
3.8	Jenis Penelitian, Tempat dan Waktu Penelitian	46
BAB IV	47
ANALISIS DATA	47
4.1	Hasil Analisis Data	47
4.2	Analisis dan Hasil	49
4.2.1	Analisis Faktor Eksplorasi	49
4.2.2	Analisis Model SEM.....	57
4.2.3	Hasil Uji Hipotesis.....	63
BAB V	65
PENUTUP	65
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran	68
5.3	Keterbatasan Penelitian	69
5.4	Implikasi Manajerial	70
DAFTAR PUSTAKA	78

Daftar Tabel

<u>Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya</u>	28
<u>Tabel 3.1 Definisi Operasional</u>	42
<u>Tabel 4.1 Profil Sampel</u>	48
<u>Tabel 4.2 KMO & Barlett Test</u>	49
<u>Tabel 4.3 Rotated Component Matrix</u>	51
<u>Tabel 4.4 NFI & SRMR</u>	57
<u>Tabel 4.5 Outer Loading, Construct Reliability, Validity Results</u>	60
<u>Tabel 4.6 Discriminant Validity</u>	62
<u>Tabel 4.7 Hasil Uji Hipotesis</u>	64

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Model Riset 33
Gambar 2.2 Kerangka PLS 59



Daftar Lampiran

Lampiran Gambaran 71
Lampiran Kuesioner..... 73



Abstrak

Minimarket adalah salah satu tempat pusat perbelanjaan yang banyak ditemukan di setiap daerah di Indonesia. Minimarket berkembang dengan sangat pesat dan menarik di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, loyalitas dan kebahagiaan. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online yang di isi oleh pelanggan yang pernah mengunjungi minimarket melati di Lombok.

Metode yang digunakan di dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dimana peneliti mengumpulkan data melalui data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner secara online. Data sekunder diperoleh peneliti dari berita-berita maupun studi pustaka, artikel, ataupun media yang lainnya yang membahas tentang penelitian ini. Metode kuesioner yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan kepada responden, lalu responden memilih salah satu jawaban yang sudah disediakan. Jawaban yang di jawab oleh responden bersifat tertutup, dengan maksud beberapa jawaban atas pertanyaan yang telah diberikan kepada responden, dan responden tidak dapat menjawab di luar jawaban yang telah disediakan.

Kata Kunci : kualitas layanan, kualitas makanan atau produk, kualitas lingkungan fisik, loyalitas, kebahagiaan, kepuasan, persepsi harga