

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *EXPERIENTAL*  
*MARKETING* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
DI SURYA TOSERBA LURAGUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Progran Studi Manajemen

Disusun oleh:

**ANANDA RAKA PRADIFTA**  
NIM. 20200510096



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KUNINGAN**

**2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *EXPERIENTAL MARKETING*  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI SURYA TOSERBA  
LURAGUNG**

Disusun Oleh :

**ANANDA RAKA PRADIFTA**  
NIM. 20200510096

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 19 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan


Susunan Dewan Penguji :

**Penguji I**



**Prof. Dr. H. Dikdik Harijadi, S.E., M.Si**  
NIK. 41038971055

**Penguji II**



**Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si**  
NIK. 41038971054

**Penguji III**



**Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M**  
NIK. 410106910232

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN EXPERIENTAL MARKETING  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI SURYA TOSERBA  
LURAGUNG**


**Disusun Oleh :**

**ANANDA RAKA PRADIPTA**  
NIM. 20200510096

**DISETUJUI OLEH PEMBIMBING :**

Kuningan, Juli 2024

Pembimbing I



**Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si**  
NIK. 41038971054

Pembimbing II



**Winda Oktaviani, S.E., M.M**  
NIK. 410108880250

**Mengetahui**



Fakultas Ekonomi & Bisnis



**Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si**  
NIK. 41038971054

Ketua Program Studi Manajemen



**Dr. Rina Masrurroh, S.E., M.E.Sy**  
NIK. 41038091296

## **PERNYATAAN OTENTISITAS**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN EXPERIENTAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI SURYA TOSERBA LURAGUNG** ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara – cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, Juni 2024

Yang membuat Pernyataan

The image shows a handwritten signature in black ink over a circular official stamp. The stamp contains the text 'UNIVERSITAS KUNINGAN' at the top, 'FACULTY OF BUSINESS' on the left, and 'DEPARTMENT OF MANAGEMENT' on the right. In the center of the stamp, there is a logo featuring a Garuda bird and a flag. The signature is written in a cursive style across the stamp.

**Ananda Raka Pradifta**  
**NIM. 20200510096**

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

*"Barang siapa keluar untuk mencari sebuah ilmu, maka ia akan berada di jalan Allah hingga ia kembali."*

*-HR Tirmidzi-*

### **PERSEMBAHAN**

*"Skripsi ini saya persembahkan untuk Ayah dan Ibu tercinta atas doa, kasih sayang, nasehat dan semangat selama ini, serta teman, sahabat yang selama ini selalu memberikan semangat selama saya berproses. Serta kampus ku tempat menimba ilmu Universitas Kuningan."*

## ABSTRAK

**Ananda Raka Pradifta. 20200510096. 2020. Pengaruh *Store Atmosphere* Dan *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Surya Toserba Luragung. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Dibimbing oleh : Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si dan Winda Oktaviani, S.E., M.M**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Store Atmosphere* Dan *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Surya Toserba Luragung. Metode yang digunakan yaitu metode survei dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung Surya Toserba Luragung Sampel yang diambil sebanyak 110 responden dengan rumus hair, menggunakan metode purposive sampling, yaitu penentuan responden dari populasi dengan kriteria yang telah ditentukan. Uji validitas instrumen menggunakan Confirmatory Factor Analysis, sedangkan uji reliabilitasnya menggunakan Alpha Cronbach. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menemukan bahwa: (1) *Store Atmosphere* dan *Experiential Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai  $F_{hitung}$  adalah  $75,481 >$  dari  $F$ -Tabel dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . (2) *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai  $t_{hitung}$  ( $2,719$ )  $>$   $t_{tabel}$  ( $1,982$ ) dengan taraf signifikan  $0,008 < 0,05$ . (3) *Experiential Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai  $t_{hitung}$  ( $12,020$ )  $>$   $t_{tabel}$  ( $1,982$ ), dengan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ .

**Kata Kunci : *Store Atmosphere, Experiential Marketing, Kepuasan Pelanggan***

## **ABSTRACT**

***Ananda Raka Pradifta. 20200510096. 2020. The Effect of Store Atmosphere and Experiential Marketing on Customer Satisfaction at Surya Toserba Luragung. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Kuningan University. Supervised by: Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si and Winda Oktaviani, S.E., M.M.***

*The purpose of this study was to determine the effect of Store Atmosphere and Experiential Marketing on Customer Satisfaction at Surya Toserba Luragung. The method used is a survey method with a descriptive and verification approach. The population used in this study were visitors to Surya Toserba Luragung. The sample taken was 110 respondents with the hair formula, using purposive sampling method, namely determining respondents from the population with predetermined criteria. The instrument validity test uses Confirmatory Factor Analysis, while the reliability test uses Alpha Cronbach. The analysis technique used is multiple regression analysis. The results of the study found that: (1) Store Atmosphere and Experiential Marketing have a positive and significant effect on Customer Satisfaction with an F-count value of  $75.481 >$  from the F-Table with a significant level of  $0.000 < 0.05$ . (2) Store Atmosphere has a positive and significant effect on Customer Satisfaction with a tcount value  $(2.719) >$  ttable  $(1.982)$  with a significant level of  $0.008 < 0.05$ . (3) Experiential Marketing has a positive and significant effect on Customer Satisfaction with a tcount value  $(12,020) >$  ttable  $(1,982)$ , with a significant level of  $0.000 < 0.05$ .*

*Keywords: Store Atmosphere, Experiential Marketing, Customer Satisfaction*

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal yang berjudul **PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *EXPERIENTAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI SURYA TOSERBA LURAGUNG.**

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal ini masih jauh dari kata sempurna, masih banyak kesalahan dan kekurangan yang penulis perbuat sebagai akibat dari pengetahuan penulis yang terbatas. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat konstruktif sangat penulis harapkan demi perbaikan selanjutnya.

Kuningan, Juni 2024

Penulis

**Ananda Raka Pradifta**  
**NIM 202005100096**



## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat, karunia, serta taufik dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik dan lancar. skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk mengikuti sidang pra-skripsi program studi Manajemen di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kuningan.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak. Baik berupa bimbingan, saran, keterangan kritik dan saran baik secara tertulis maupun lisan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Dadi Supriyadi dan Ibu Aan Yohana, beserta tante saya Teti Sukmayati, yang telah memberikan segala bantuan baik berupa moril maupun materil yang tidak ternilai.
2. Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan sekaligus sebagai Pembimbing I yang telah menyediakan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan, membimbing, dan membina penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Winda Oktaviani, S.E., M.M., selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan, membimbing, dan membina penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Dr. Rina Masruroh, S.E., ME.Sy., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
5. Yasir Maulana, S.E., M.S.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Seluruh Dosen beserta Staf TU Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
7. Segenap Masyarakat Kabupaten Kuningan khusus nya warga kecamatan Luragung atas partisipasinya sebagai responden penelitian.
8. Sahabat-sahabatku 4R: Roby P, Raden M. Irvan, Rizky Azhari atas dukungan, do'a dan kebersamaanya selama ini.
9. Teman-teman Manajemen Angkatan 2020 Kelas XI dan XII atas bantuannya dan memberikan masukan untuk skripsi ini.

10. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Semoga Allah SWT membalas kebaikan yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis mampu melewati masa-masa sulit ini dengan baik. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi kita semua, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca sekalian. Aamiin Ya Robbal'alamiin.

Kuningan, Juni 2024  
Yang membuat Pernyataan

**Ananda Raka Pradifta**  
**NIM. 20200510096**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	
<b>PERNYATAAN OTENTISITAS</b>	
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS</b> .....	7
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	7
2.1.2 Kepuasan Pelanggan .....	8
2.1.3 Store Atmosphere .....	11
2.1.4 Experiential Marketing .....	21
2.1.5 Penelitian Terdahulu .....	24
2.1.6 Hubungan Antar Variabel .....	26
2.2 Kerangka Berfikir .....	27
2.3 Hipotesis .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	29
3.1 Metode Penelitian .....	29
3.2 Operasionalisasi Variabel .....	29

3.3 Populasi Dan Sampel.....	31
3.3.1 Populasi.....	31
3.3.2 Sampel .....	32
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.6 Uji Instrumen.....	34
3.6.1 Uji Validitas.....	34
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	36
3.7 Metode Analisis Data .....	38
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	38
3.7.2 Analisis Verifikatif .....	40
3.8 Uji Asumsi Klasik .....	40
3.8.1 Uji Normalitas.....	40
3.8.2 Uji Heteroskedastisitas .....	41
3.8.3 Uji Multikolinieritas .....	41
3.9 Uji Analisis Regresi Berganda .....	42
3.9.1 Uji Regresi Berganda.....	42
3.9.2 Analisis Koefisien Determinasi .....	43
3.10 Uji Hipotesis.....	43
3.10.1 Uji F (Uji Simultan).....	43
3.10.2 Uji t (Uji Parsial).....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	47
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden Penelitian .....	48
4.1.3 Teknik Analisis Data .....	52
4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	57
4.1.5 Uji Normalitas.....	57
4.1.6 Uji Heteroskedastisitas .....	58
4.1.7 Uji Multikolinieritas .....	59
4.2 Analisis Regresi Berganda .....	60

4.2.1 Uji Regresi Berganda.....	60
4.2.2 Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	61
4.3 Uji Hipotesis.....	62
4.3.1 Uji F (Simultan).....	62
4.3.2 Uji T (Parsial).....	62
4.4 Pembahasan.....	64
4.4.1 Pengaruh Store Atmosphere dan Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan di Surya Toserba Luragung.....	65
4.4.2 Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan di Surya Toserba Luragung.....	66
4.4.3 Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan di Surya Toserba Luragung.....	67
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>69</b>
5.1 KESIMPULAN.....	69
5.2 SARAN.....	69
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	69
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Lain.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>74</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Laporan Transaksi Tahunan Surya Toserba Luragung .....	2
Tabel 1. 2 Pra-survey Kepuasan Pelanggan .....	2
Tabel 1. 3 Research Gap Penelitian .....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 3. 2 Uji Validitas Store Atmosphere (X1).....	35
Tabel 3. 3 Uji Validitas Experiential Marketing (X2) .....	35
Tabel 3. 4 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y) .....	36
Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas Store Atmosphere .....	37
Tabel 3. 6 Uji Reliabilitas Experiential Marketing .....	37
Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan .....	38
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	51
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Store Atmosphere (X1).....	52
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Experiential Marketing (X2).....	54
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Y) .....	56
Tabel 4. 7 Uji Normalitas.....	58
Tabel 4. 8 Uji Heteroskedastisitas.....	59
Tabel 4. 9 Uji Multikolinieritas.....	59
Tabel 4. 10 Uji Regresi Berganda.....	60
Tabel 4. 11 Model Summary.....	61
Tabel 4. 13 Uji F (Simultan) .....	62
Tabel 4. 12 Uji T (Parsial).....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Diagram Lingkaran Pra-Survei .....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	28
Gambar 4. 1 Logo Surya Toserba .....	47
Gambar 4. 2 Diagram Lingkaran Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Gambar 4. 3 Diagram Lingkaran Berdasarkan Usia .....	50
Gambar 4. 4 Diagram Lingkaran Berdasarkan Pekerjaan.....	51