

**HUBUNGAN ANTARA SUASANA TOKO DAN KUALITAS  
PELAYANAN DENGAN LOYALITAS PELANGGAN TIPTOP  
RAWAMANGUN PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI  
PENDIDIKAN BISNIS DI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**WAHYU HANGGORO M**

**8135134105**



*Building  
Future  
Leaders*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri  
Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2018**

***THE CORRELATION BETWEEN STORE ATMOSPHERE AND SERVICE  
QUALITY WITH THE CUSTOMER LOYALTY TIPTOP RAWAMANGUN IN  
BUSSINES EDUCATION STUDENT IN STATE UNIVERSITY OF  
JAKARTA***

**WAHYU HANGGORO M**

**8135134105**



*Building  
Future  
Leaders*

***Thesis is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of  
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta***

***STUDY PROGRAM OF BUSSINES EDUCATION***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

***2018***

## ABSTRAK

**WAHYU HANGGORO M,** Hubungan antara Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan TipTop Rawamangun pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, selama empat bulan sejak Oktober 2017 sampai dengan Januari 2018. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara suasana toko dengan loyalitas pelanggan dan hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan TipTop Rawamangun pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis di Universitas Negeri Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* sebanyak 110 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah  $\hat{Y} = 39,478 + 0,698X_1$ , dan  $\hat{Y} = 40,699 + 0,620X_2$ . Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas (*Normality Test*) menggunakan *Kolmogorov Smirnov* dengan hasil pengujian yaitu signifikansi loyalitas pelanggan (variabel Y) sebesar 0,781 dengan *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,575 Untuk signifikansi suasana toko (variabel X1) sebesar 0,664 dengan *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,770 dan signifikansi kualitas pelayanan (variabel X2) sebesar 0,722 dengan *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,675 Karena data mempunyai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Koefisien korelasi *Product Moment* dari *Pearson* menghasilkan  $r_{xy} = 0,637$  dengan nilai signifikansi atau *sig. (2-tailed)* sebesar 0,000 untuk suasana toko (variabel X<sub>1</sub>) dengan loyalitas pelanggan (variabel Y) dan  $r_{xy} = 0,614$  dengan nilai signifikansi atau *sig. (2-tailed)* sebesar 0,000 untuk kualitas pelayanan (variabel X<sub>2</sub>) dengan loyalitas pelanggan (variabel Y). Karena mempunyai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan. Tahap selanjutnya dilakukan uji-t dan dihasilkan  $t_{hitung} 8,952 > t_{tabel} 1,984$  untuk X<sub>1</sub> dengan Y dan  $t_{hitung} 8,075 > t_{tabel} 1,984$  untuk X<sub>2</sub> dengan Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan hasil perhitungan uji-t tersebut adalah bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 40,1% yang menunjukkan 40,1% variabel loyalitas pelanggan ditentukan oleh suasana toko dan 37,6% yang menunjukkan bahwa 37,6% variabel loyalitas pelanggan ditentukan oleh kualitas pelayanan.

**Kata kunci:** Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan

## **ABSTRACT**

**WAHYU HANGGORO M**, *The Relationship Between Store Atmosphere and Service Quality with Customer Loyalty TipTop Rawamangun on Students Study Program Bussines Education Faculty of Economics in States University of Jakarta.*

*This research was conducted on the Students Study Program Bussines Education Faculty of Economics at State University of Jakarta, for four months from October 2017 until January 2018. The purpose of this research is to know the relationship between store atmosphere with customer loyalty and the relationship between service quality with customer loyalty tiptop to students Course of Business Administration Education at Jakarta State University. The research method used is survey method with correlational approach. The sampling technique used is purposive sampling technique of 110 people. The resulting regression equation is  $\hat{Y} = 39,478 + 0,698X_1$  and  $\hat{Y} = 40,699 + 0,620X_2$ . Test requirement analysis that is test of normality (Normality Test) using Kolmogorov Smirnov with test result that is customer loyalty significance (variable Y) equal to 0,781 with Asymp. Sig. (2-tailed) of 0.575. For store atmosphere significance (variable  $X_1$ ) of 0.664 with Asymp. Sig. (2-tailed) of 0.770 and service quality significance (variable  $X_2$ ) of 0.722 with Asymp. Sig. (2-tailed) of 0.675. Because the data has a significance greater than 0.05 it can be concluded that the data is normally distributed. Pearson Product Moment correlation coefficient produces  $r_{xy} = 0,637$  with signification or sig value. (2-tailed) of 0,000 for store atmosphere ( $X_1$  variable) with customer loyalty (Y variable) and  $r_{xy} = 0.614$  with significance or sig value. (2-tailed) of 0,000 for service quality (variable  $X_2$ ) with customer loyalty (Y variable). Because it has a significance smaller than 0.05 it can be concluded that there is a positive and significant relationship. The next stage was t-tested and generated  $t_{c} 8,952 > t_{table} 1,984$  for  $X_1$  with Y and  $t_{c} 8,075 > t_{table} 1,984$  for  $X_2$  with Y. Thus, it can be concluded that t-test result is that there is a positive and significant relationship. The coefficient of determination obtained by 40,1% indicating 40,1% variable customer loyalty is determined by the store atmosphere and 37,6% which shows that 37,6% variable customer loyalty is determined by service quality.*

**Key word:** *Store Atmosphere, Service Quality, Customer Loyalty.*

## LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus

NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP. 195909181985032011	Ketua Penguji	 .....	2-7-2018 .....
2. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM M.Si</u> NIP. 19661030200011001	Penguji Ahli	 .....	2-7-2018 .....
3. <u>Terrylina Arvinta, SE, MM</u> NIDK. 8854660018	Sekretaris	 .....	2-7-2018 .....
4. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Pembimbing I	 .....	2-7-2018 .....
5. <u>Dra. Rochyati, M.Pd</u> NIP. 195404031985032002	Pembimbing II	 .....	2-7-2018 .....
Tanggal Lulus: <u>2 Juli 2018</u>			

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 15 Februari 2018

Yang membuat pernyataan



NIM. 8135134105

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua saya yang selalu mendukung dan mendoakan saya serta berkorban dalam memberikan moril dan materil selama ini, juga untuk semua orang yang telah mendoakan, mendukung, membantu, dan memberi semangat kepada saya.

Semoga mereka semua selalu dalam lindungan Allah SWT.

“And for those who fear Allah, he will make their part easy”

(Q.S At Talaq: 4)

“Allah does not burden a soul beyond that it can bear”

(Al Baqarah: 286)

“Sikapi dengan biasa biasa saja, maka akan baik baik saja”

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah S.W.T, Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya. Skripsi ini berjudul Hubungan antara Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan TipTop Rawamangun pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat kelulusan dan mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Dalam kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan sumbangsih secara tulus, antara lain kepada :

1. Dra. Nurahma Hajat, M.Si sebagai Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing peneliti dalam membuat skripsi.
2. Dra. Rochyati, M.Pd., sebagai Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing peneliti dalam membuat skripsi.
3. Usep Suhud, Ph.D, selaku Pembimbing Akademik.
4. Dr. Corry Yohana, M.M., selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.
5. Dr. Dedi Purwana, M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.



6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah membimbing selama proses perkuliahan.
7. Untuk Kedua Orang Tua yang telah memberikan dukungan dan semangat.
8. Untuk Zulfa Zaedah Rahmaine yang telah memberikan doa, dukungan dan semangat.
9. Untuk Yodi, Sutan, Fahmi, Zaky dan rekan mahasiswa dan mahasiswi Program Studi Pendidikan Bisnis tahun 2013 yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
10. Serta semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih terdapat kekurangan serta kesalahan dari materi ataupun cara penyajiannya. Oleh karena itu, harapan peneliti adalah adanya kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, Februari 2018  
Peneliti

Wahyu Hanggoro M  
NIM. 8135134105