

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA E-TIGA MART LIMBOTO**

SKRIPSI

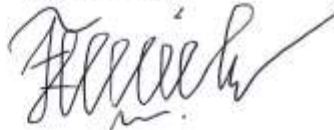
Oleh

HELTI TILOME

931411193

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I



TINEKE WOLOK, ST., MM
NIP : 19730523 200604 2002

Pembimbing II



DJOKO L. RADJI, S.Pd., M.Si
NIP : 19790130 200312 1002

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen



Haja Dama, SE, M.Si
NIP. 19730305 200212 1 003

PENGESAHAN

Skripsi yang Berjudul Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan
Konsumen Pada E-Tiga Mart Limboto

Oleh Helti Tilome

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Jum'at, 29 Januari 2016

Waktu : 13.00 – 15.00

Penguji:

1. Dr. Muchtar Ahmad, S.Pd, M.Si

1.

2. Zulfia K. Abdussamad, S.E., M.Si

2.

3. Tineke Wolok, ST., MM

3.

4. Djoko L. Radji, S.Pd, M.Si

4.

Gorontalo, Januari 2016

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Hamzah Yunus, M.Pd

NIP: 19600223 198603 1 004

ABSTRAK

Helti Tilome. Nim. 931411193. 2016. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-Tiga Mart Limboto. Di bawah bimbingan Tineke Wolok, ST.: MM dan Djoko Lesmana Radji, S.Pd, M.Si. Skripsi Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengkaji pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada E-Tiga Mart Limboto. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh masyarakat yang ada di limboto yang pernah membeli atau menjadi pelanggan di E-Tiga Mart Limboto, adapun jumlah sampel adalah 96 responden, dengan metode pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling*. Penelitian ini, menggunakan metode kuantitatif dengan variabel X *Store Atmosphere* dan variabel Y Kepuasan Konsumen. Teknik pengumpulan data yakni menggunakan Interview dan Qusioner, sedangkan untuk analisis data yakni persamaan regresi sederhana

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada E-Tiga Mart Limboto. Koefisien determinasi atau *R square* menunjukkan bahwa sebesar 0,023 atau 2,3% variabilitas mengenai kepuasan konsumen terhadap E-Tiga Mart Limboto dapat dipengaruhi oleh *Store Atmosphere*, sedangkan sisanya sebesar 0,977 atau 97,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang diduga seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan lain-lain yang tidak terdapat pada model.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, kepuasan konsumen.

ABSTRACT

Helti Tilome. Student ID 931411193. 2016. *The Influence of Store Atmosphere toward the Satisfaction of Consumer on E-Tiga Mart Limboto.* Principal supervisor was Tineke Wolok, ST, M.M and Co-supervisor was Djoko Lesmana Radji, S.Pd, M.Si. Skripsi, Bachelor Study Program of Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo.

This research aimed at analyzing the influence of store atmosphere toward the satisfaction of consumer on E-Tiga Mart Limboto. The population in this research was the society in Limboto who have ever bought or ever been a customer in E-Tiga Mart Limboto which consisted of 96 respondents. The technique of taking the sample was using Accidental Sampling which was supported by quantitative method where the X variable for Store Atmosphere and Y variable for the satisfaction of consumer. The technique of collecting the data was using interview and questionnaire where the technique of analyzing the data was using simple-equality regression.

The result of this research showed that the store atmosphere had positive influence toward the satisfaction of consumer on E-Tiga Mart Limboto. The coefficient determination or R Square showed that 0.023 or 2.3% on variable of satisfaction of consumer toward E-Tiga Mart had been influenced by the Store Atmosphere, whereas the rest 0.977 or 97.7% had been influence by other variables such as the quality of product, quality of service, price or another which out of the model.

Keywords: store atmosphere, satisfaction of consumer.

