

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* YANG DIMEDIASI OLEH *CONSUMER SATISFACTION*  
(Studi Kasus Pada Superindo Sonosewu)**

***THE INFULENCE OF STORE ATMOSPHERE ON BEHAVIORAL INTENTION MEDIATED BY CONSUMER SATISFACTION*  
(Study Case on Superindo Sonosewu)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salahsatu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1)**



**Disusun Oleh :**

**FAIZ KHOIRUL AZAM**

**20180410430**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2022**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Faiz Khoirul Azam

Nomer Mahasiswa : 20180410430

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: "**PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION YANG DIMEDIASI OLEH CONSUMER SATISFACTION**" tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan

Yogyakarta, 10 Oktober 2022



Faiz Khoirul Azam

## **MOTTO**

“Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah  
keadaannya sendiri”

(Ar-Ra’du :11)

“Hidup ini singkat, maka jangan membuatnya lebih singkat lagi dengan sesuatu  
yang sia – sia”

(Aidh Al Qarni)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(AlBaqarah : 286)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmaanirrahiim, Segala puji dan syukur kepada Dzat yang maha Ghafur yang telah memberikan rahmat serta iradatNya sehingga sampai saat ini penulis masih diberikan kesehatan dan anugrah yang sangat luar biasa. Sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap *Consumer Satisfaction* Yang Dimoderasi Oleh *Behavioral intention* Pada Gerai Superindo” dengan kelancaran dan kemudahan. Tak lupa shalawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan pada baginda Rasulullah SAW, yang membawa umatnya dari zaman gelap gulita ke zaman terang benderang semoga kita mendapatkan syafa’at darinya di yaumul akhir. Syukur sebanyak-banyaknya saya ucapkan sehingga saya persembahkan karya tulis saya kepada pihak yang berpengaruh dalam keberlangsungan proses penulisan ini yaitu :

1. Orangtua saya yaitu ayahanda Emud Mahmudin dan Ibunda Dedah S.Pd. Yang selalu memberikan kasih sayang yang tiada henti dan terus menerus memberikan dukungan dan mendo’akan kepada penulis, serta selalu memberikan semangat serta motivasi dalam hal-hal baik. Sehingga sampai saat ini penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini. Selain itu kepada keluarga besar saya saya ucapkan terimakasih.
2. Dosen pembimbing seminar proposal dan skripsi yang terhormat bapak Radyan Dananjoyo S.E., M.M., M.Sc., Ph.D. yang dengan penuh kesabaran telah membimbing saya selama pembuatan penelitian ini dari awal sampai akhir hingga akhirnya penelitian dapat terlaksana dengan

baik, sekali lagi saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas waktu, tenaga serta ilmu yang diberikan.

3. Keluarga besar komunitas Studi Pasar Modal (KSPM) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah menjadi ruang bagi penulis untuk memperluas ilmu pengetahuan serta pengalaman dalam berorganisasi.
4. Sahabat serta kawan-kawan yang selalu memberikan dukungan serta semangat dalam menyelesaikan sesuatu, selalu menemani selama masa perkuliahan terkhusus bagi “Barudak Bankjiw” yang selalu menemani dikala susah maupun senang. Saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahiim, Segala puji dan syukur kepada Dzat yang maha Ghafur yang telah memberikan rahmat serta iradatNya sehingga sampai saat ini penulis masih diberikan kesehatan dan anugrah yang sangat luar biasa. Sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap *Consumer Satisfaction* Yang Dimoderasi Oleh *Behavioral intention* Pada Gerai Superindo” dengan kelancaran dan kemudahan. Tak lupa shalawat serta salam semoga tetap tercurahlimpahkan pada baginda Rasulullah SAW, yang membawa umatnya dari zaman gelap gulita ke zaman terang benderang semoga kita mendapatkan syafa’at darinya di yaumul akhir. Syukur sebanyak-banyaknya saya ucapkan sehingga saya persembahkan karya tulis saya kepada pihak yang berpengaruh dalam keberlangsungan proses penulisan ini yaitu :

1. Bapak Prof. Rizal Yaya SE., M.Sc., Ph.D., CA., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan kepada para mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberi bimbingan untuk para mahasiswa Manajemen.
3. Dosen pembimbing seminar proposal dan skripsi yang terhormat bapak Radian Dananjoyo S.E., M.M., M.Sc., Ph.D. yang dengan penuh kesabaran telah membimbing saya selama pembuatan penelitian ini dari

awal sampai akhir hingga akhirnya penelitian dapat terlaksana dengan baik, sekali lagi saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas waktu, tenaga serta ilmu yang diberikan.

4. Orangtua saya yaitu ayahanda Emud Mahmudin dan Ibunda Dedah S,Pd. Yang selalu memberikan kasih sayang yang tiada henti dan terus menerus memberikan dukungan dan mendo'akan kepada penulis, serta selalu memberikan semangat serta motivasi dalam hal-hal baik. Sehingga sampai saat ini penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini. Selain itu kepada keluarga besar saya saya ucapkan terimakasih
5. Sahabat serta kawan-kawan yang selalu memberikan dukungan serta semangat dalam menyelesaikan sesuatu, selalu menemani selama masa perkuliahan terkhusus bagi “Barudak Bankjiw” yang selalu menemani dikala susah maupun senang. Saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
INTISARI .....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI.....	9
A. Teori Utama .....	9
1. <i>Store Atmosphere</i> .....	9
3. <i>Behavioral Intention</i> .....	13
B. Konsep dan Definisi Variabel .....	14
C. Hubungan Antar Variabel .....	15
1. Pengaruh <i>store atmosphere</i> terhadap <i>consumer satisfaction</i> .....	15
3. Pengaruh <i>store atmosphere</i> terhadap <i>behavioral intention</i> .....	17
4. Pengaruh <i>store atmosphere</i> terhadap <i>behavioral intention</i> melalui <i>consumer satisfaction</i> . .....	18
D. Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
E. Model Penelitian .....	25
BAB III .....	27
METODE PENELITIAN.....	27
A. Pendekatan Penelitian .....	27
B. Responden Penelitian.....	27
C. Setting Penelitian .....	28
D. Metode Penyampelan dan Sampel Penelitian .....	28



E. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	29
F. Identifikasi Variabel.....	31
G. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	32
H. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	35
I. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	36
BAB IV .....	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	45
A. Gambaran Umum Dan Objek atau Subjek Penelitian.....	45
B. Hasil Pengumpulan Data.....	46
C. Deskripsi Responden .....	47
D. Uji Kualitas Instrumen .....	51
1. Uji Validitas .....	51
2. Uji Reliabilitas.....	53
E. Analisis Deskriptif .....	55
F. Proses Analisis Data .....	58
1. Pembahasan Model Berdasarkan Teori.....	58
G. Pengujian Hipotesis .....	69
H. Pembahasan.....	73
BAB V .....	78
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN .....	78
A. Simpulan .....	78
B. Keterbatasan Penelitian.....	78
C. Saran .....	79
DAFTAR PUSTAKA .....	81
LAMPIRAN.....	85

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index .....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Pendukung Hipotesis 1 .....	15
Tabel 2. 2 Penelitian Pendukung Hipotesis 2 .....	16
Tabel 2. 5 Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3. 1 Skala Likert .....	31
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel .....	32
Tabel 4. 1 Hasil Pengumpulan Data .....	47
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	48
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	48
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	49
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	50
Tabel 4. 7 Uji Validitas .....	52
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas .....	53
Tabel 4. 9 Pengelompokan kategori .....	55
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere (X)</i> .....	55
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel Behavioral intention .....	57
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Variabel Consumer Satisfaction.....	56
Tabel 4. 13 <i>Assesment of normality</i> .....	61
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian <i>Outliers</i> .....	63
Tabel 4. 16 <i>Notef for Model</i> .....	66
Tabel 4. 17 Goodness of Fit .....	67
Tabel 4. 18 Hubungan Antar Variable.....	70
Tabel 4. 19 <i>Standarized Direct Effects</i> .....	72
Tabel 4. 20 <i>Standarized Indirect Effects</i> .....	72

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Superindo.....</b>	<b>3</b>
<b>Gambar 2. 1 Model Penelitian .....</b>	<b>25</b>
<b>Gambar 4. 1 Diagram Alur .....</b>	<b>59</b>
<b>Gambar 4. 2 Persamaan Struktural .....</b>	<b>60</b>
<b>Gambar 4. 3 Nilai Batas <i>Mahalanobis Distance</i> .....</b>	<b>62</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian .....	86
Lampiran 2 : Uji Validitas .....	90
Lampiran 3 : Uji Reliabilitas .....	91
Lampiran 4 : Statistik Deskriptif.....	92
Lampiran 5 : Model Penelitian Struktural.....	93
Lampiran 6 : Uji Normalitas.....	94
Lampiran 7 : <i>Uji Outlier</i> .....	95
Lampiran 8 : <i>Degree of Freedom</i> .....	98
Lampiran 9 : Model Fit .....	99
Lampiran 10 : Uji Hipotesis .....	100
Lampiran 11 : Uji Mediasi .....	101
Lampiran 12 : Turnitin .....	103