

SKRIPSI

**PERAN *SERVICESCPE* DAN CITRA PERUSAHAAN PADA NIAT PERILAKU
DAN REKOMENDASI DARI MULUT KE MULUT STUDI KASUS ARFA
BABERSHOP YOGYAKARTA**

***THE ROLE OF SERVICESCPE AND COMPANY IMAGE ON BEHAVIOR
INTENTION AND WORD OF MOUTH (WOM) CASE STUDY ARFA BARBERSHOP
YOGYAKARTA***



Oleh:

AHMAD SAPUTRA

20170410411

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2021

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Ahmad Saputra

Nomor Mahasiswa : 20170410411

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PERAN SERVICESCAPE DAN CITRA PERUSAHAAN PADA NIAT PERILAKU DAN REKOMENDASI DARI MULUT KE MULUT STUDI KASUS ARFA BABERSHOP YOGYAKARTA”**. 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 di acu dalam naskah ini disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya orang atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 1 April 2021



Ahmad Saputra

PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk semua pihak yang telah memberi semangat, dukungan, dan motivasi yang tidak henti sampai skripsi ini terselesaikan.

1. Untuk kedua orang tua saya Ibu Siti Zamzanah dan Bapak Subardi yang sangat saya cintai dan saya banggakan yang telah memberikan semangat dan motivasi selama kuliah sehingga dapat menyelesaikan kewajiban pendidikan perguruan tinggi.
2. Untuk keluarga kandung Tiwi, Putri, dan Danang yang telah memberikan semangat dan teguran moral yang menambah motivasi selama kuliah.
3. Anggi Wulan Meidianti saya ucapkan terima kasih yang telah selalu menemani, memberikan motivasi, semangat, dan spirit moral sehingga bisa menjalani masa perkuliahan dengan baik dan lancar.
4. Sahabat keluarga Sugiyo yang telah menemani suka duka kuliah, baik sebagai teman bermain maupun belajar yang membantu kuliah dengan lancar.
5. Sahabat KSPM yang telah memberikan dukungan sehingga bisa menjalani kuliah dan organisasi dengan baik.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Penulisan skripsi ini sebagai tugas akhir dan syarat untuk mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada prodi manajemen di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan judul “ Peran *Servicescape* Dan Citra Perusahaan Pada Niat Perilaku Dan Rekomendasi Dari Mulut Ke Mulut Studi Kasus Arfa Babershop Yogyakarta “ tak lupa sholawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa ada bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan, dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Retno Widowato PA.,M.SI. Ph.D. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membimbing dan memberikan dukungan kepada para mahasiswa Manajemen.
3. Bapak Misbahul Anwar, SE., M.Si yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.

4. Segenap dosen pengajar di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang sudah memberikan ilmu yang luar biasa selama studi.
5. Bapak dan Ibu serta saudara - saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis.

Penyusunan skripsi ini disusun dengan sebaik – baiknya, namun masih bersifat kekurangan didalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat diharapkan, tidak lupa harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pemcara serta dapat menambah ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, 1 April 2021



Ahmad Saputra

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRAC.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Servicescape	7
2. Citra Perusahaan.....	9
3. Niat Perilaku.....	10
4. Rekomendasi Dari Mulut Ke Mulut	11

B.	Penelitian Terdahulu.....	12
C.	Pengembangan Hipotesis.....	22
1.	Pengaruh Servicescape Terhadap Citra Perusahaan.....	22
2.	Citra Perusahaan Terhadap Niat Perilaku.....	24
3.	Citra Perusahaan Terhadap Rekomendasi Dari Mulut Ke Mulut.....	26
D.	Model Penelitian.....	27
BAB III	29
METODE PENELITIAN	29
A.	Pendekatan Penelitian.....	29
B.	Responden/Subjek Penelitian.....	29
C.	Setting Penelitian.....	30
D.	Metode Penyempelan dan Sampel Penelitian.....	30
E.	Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	31
F.	Identifikasi Variabel.....	32
1.	Variabel Eksogen.....	32
2.	Variabel Endogen.....	33
G.	Definisi Operasional.....	33
H.	Pengujian Kualitas Instrumen.....	36
1.	Uji Validitas.....	36
2.	Uji Reliabilitas.....	36
I.	Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	37
BAB IV	41
HASIL DAN PEMBAHASAN	41
A.	Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian.....	41
1.	Gambaran Objek Penelitian.....	41
2.	Karakteristik Responden.....	42
B.	Uji Kualitas Instrumen.....	48
1.	Uji Validitas.....	48
2.	Uji Reliabilitas.....	49

C.	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	50
1.	Menentukan jarak interval kelas.....	50
2.	Kategori skor mean.....	50
D.	Hasil Analisis Dan Uji Hipotesis	54
1.	Tahap Uji Regresi Linear Berganda	54
2.	Tahap 1 Uji Regresi Linear Sederhana	55
3.	Tahap 2 Uji Regresi Linear Sederhana	56
4.	Hasil Uji R.....	57
E.	Pembahasan dan Analisis Data	58
3.	Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Niat Perilaku.....	60
4.	Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Rekomendasi Dari Mulut Ke Mulut	61
BAB V		62
KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN		62
A.	Kesimpulan	62
B.	Keterbatasan Penelitian	62
C.	Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....		64
LAMPIRAN 1		71

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Jurnal Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3. 1 Definisi Operasioanal.....	34
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan.....	48
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas Item Pernyataan	49
Tabel 4. 3 Kategori Skor <i>Mean</i>	50
Tabel 4. 4 Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Servicescape</i> Subtantif	51
Tabel 4. 5 Hasil Statisik Deskriptif Variabel <i>Servicecape</i> Komunikatif	52
Tabel 4. 6 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Citra Perusahaan	52
Tabel 4. 7 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Niat Perilaku	53
Tabel 4. 8 Hasil Statistik Deskriptif	53
Tabel 4. 9 Uji Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4. 10 Analisis Regresi 1	56
Tabel 4. 11 Analisis Regresi 2	57
Tabel 4. 12 Hasil Uji R.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	28
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	44
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	45
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi	46
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Lokasi Outlet.....	47