

**ANALISIS PENGARUH *SERVICESCAPE* DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN
DAMPAKNYA TERHADAP *WORD OF MOUTH*
(Studi Kasus : Post Shop Coffee Toffee di Kota Bogor)**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister
Manajemen**



RIANI YUNITA

2161021002


UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2020

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Riani Yunita
NIM : 2161021002
Tanda Tangan : 
Tanggal : 18 Agustus 2020

HALAMAN PENGESAHAN

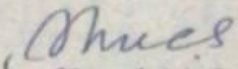
Tesis ini diajukan oleh :

Nama : Riani Yunita
NIM : 2161021002
Program Studi : Magister Management
Judul Tesis : Analisis Pengaruh *Servicescape* dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Terhadap *Word of Mouth* (Studi Kasus : Post Shop Coffee Toffee di Kota Bogor)

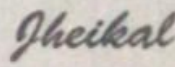
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen - Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin Saggaff Shihab, S.E., M.Sc.,
M.B.A, Ph.D.

()
(Muchsin)

Penguji I : Dr. Jerry Heikal, ST., M.M

()

Penguji II : Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST., M.M

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 18 Agustus 2020

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Magister Management pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Yth, Bapak Muchsin Saggaff Shihab, S.E., M.Sc., MBA, Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tesis ini;
- 2) Yth, Bapak Dr. Jerry Heikal, ST., M.M dan Ibu Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST., M.M selaku dosen penguji yang menyediakan waktu dalam memberikan saran kepada saya dalam penyusunan tesis ini
- 3) Yth, Pak Anwar Muslim selaku pihak administrasi yang membantu dalam hal administrasi selama pengerjaan tesis ini.
- 4) Post Shop Coffee Toffee Kota Bogor yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
- 5) Orang tua, keluarga dan sahabat yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu

Jakarta, 18 Agustus 2020



Riani Yunita

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riani Yunita
NIM : 2161021002
Program Studi : Magister Management
Jenis Tesis : *Problem Solving* (Analisa Kuantitatif)

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisis Pengaruh *Servicescape* dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Terhadap *Word of Mouth* (Studi Kasus : Post Shop Coffee Toffee di Kota Bogor)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 18 Agustus 2020

Yang menyatakan



(Riani Yunita)

**Analisis Pengaruh Servicescape dan Kualitas Layanan
Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya
Terhadap Word of Mouth
(Studi Kasus : Post Shop Coffee Toffee di Kota Bogor)**

Riani Yunita¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana servicescape dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan word of mouth. Penelitian ini didasari atas kepuasan konsumen merupakan tolak ukur untuk keberlangsungan bisnis yang bisa berdampak terhadap pemasaran, dengan hasil pra survei berdasarkan testimoni pengunjung dari 20 orang yang diwawancarai ada sebanyak 55% konsumen tidak puas dengan servicescape dan ada sebanyak 45% konsumen yang tidak puas dengan kualitas layanan serta hanya ada sebanyak 40% yang kepuasannya mempengaruhi word of mouth. Penelitian ini dilakukan di Post Shop Coffee Toffee Kota Bogor, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang dengan dua persamaan yaitu persamaan I $Y_1 = PY_1X_1 + PY_1X_2 + e_1$ dan persamaan II : $Y_2 = PY_2X_1 + PY_2X_2 + PY_2Y_1 + e_2$. Analisis yang digunakan didalam penelitian ini dimulai dengan uji asumsi klasik berupa uji normalitas dan uji heteroskedastisitas, path analisis dengan uji t ; uji f ; dan uji kodeterminasi serta uji koefisien antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji normalitas persamaan I dan persamaan II, nilai sig. > 0.05 artinya residual data berdistribusi normal. Persamaan I dan II tidak terjadi heteroskedastisitas yaitu tidak berpola secara teratur dan menyebar diatas dan dibawah angka 0. Pengujian uji T persamaan I diperoleh nilai T hitung sebesar 3.885 dan 5.279 lebih besar dari T tabel 1.985, nilai sig 0.000 kurang dari 0.05 artinya H₀ ditolak dan H₁ diterima, berarti masing – masing baik servicescape dan kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pengujian F untuk variabel servicescape dan kualitas layanan diperoleh nilai F hitung sebesar 88.319 lebih besar dari F tabel sebesar 3.090 dan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya H₀ ditolak dan H₁ diterima. Kontribusi pengaruh X₁ servicescape dan X₂ kualitas layanan terhadap Y₁ kepuasan konsumen adalah sebesar 64,6%. Pengujian uji T persamaan II diperoleh nilai T hitung lebih besar dari T tabel 1.985, nilai sig 0.000 kurang dari 0.05 artinya kualitas layanan dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh terhadap word of mouth pada konsumen Post Shop Coffee Toffee di Kota Bogor. Pengujian F untuk variabel servicescape, kualitas layanan dan kepuasan konsumen diperoleh nilai F hitung sebesar 129.419 lebih besar dari F tabel sebesar 2.699 dan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya terdapat pengaruh secara bersama-sama antara servicescape, kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap word of mouth. Kontribusi atau sumbangan pengaruh servicescape (X₁), kualitas layanan (X₂) dan kepuasan konsumen (Y₁) terhadap word of mouth (Y₂) adalah sebesar 80.2%.. Korelasi antara kepuasan konsumen dan word of mouth bernilai 0.874 yang artinya kepuasan konsumen memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap word of mouth.

Kata kunci: *Path analysis*, kualitas layanan, kepuasan konsumen, *servicecape*, *word of mouth*

**Analysis of the Effects of Servicescape and Service Quality
Against Consumer Satisfaction and Its Impact
Against the Word of Mouth
(Case Study: Post Shop Coffee Toffee in Bogor City)**

Riani Yunita¹

ABSTRACT

This study aims to determine how servicescape and service quality affect customer satisfaction and word of mouth. This research is based on customer satisfaction as a benchmark for business continuity that can have an impact on marketing, with pre-survey results based on visitor testimonials from 20 people interviewed, as many as 55% of consumers are dissatisfied with servicescape and as many as 45% of consumers are dissatisfied with quality. service and only as much as 40% whose satisfaction affects word of mouth. This research was conducted at Post Shop Coffee Toffee Bogor City, with a total of 100 respondents with two equations, namely equation I $Y_1 = PY_1X_1 + PY_1X_2 + \epsilon_1$ and equation II: $Y_2 = PY_2X_1 + PY_2X_2 + PY_2Y_1 + \epsilon_2$. The analysis used in this research begins with the classic assumption test in the form of normality test and heteroskedasticity test, path analysis with t test; f test; and codetermination test and coefficient test between variables. The results showed that the normality test for equation I and equation II, the value of sig. > 0.05 means that the data residuals are normally distributed. Equations I and II do not occur heteroskedasticity, that is, they are not patterned regularly and spread above and below the number 0. The T test for equation I obtained a calculated T value of 3.885 and 5,279 greater than T table 1985, the sig value of 0.000 less than 0.05 means that H₀ is rejected and H₁ is accepted, it means that both servicescape and service quality have an influence on customer satisfaction. The F test for the servicescape variable and service quality obtained the calculated F value of 88,319, greater than the F table of 3.090 and the sig 0,000 value smaller than 0.05, meaning that H₀ is rejected and H₁ is accepted. The contribution of the influence of X₁ servicescape and X₂ service quality on Y₁ customer satisfaction amounted to 64.6%. T test for equation II, it is obtained that the value of T count is greater than T table 1.985, the sig value of 0.000 is less than 0.05, which means that service quality and customer satisfaction have an influence on word of mouth on consumers of Post Shop Coffee Toffee in Bogor City. The F test for the servicescape variable, service quality and customer satisfaction obtained a calculated F value of 129,419 greater than the F table of 2,699 and a sig 0,000 value less than 0.05, meaning that there is a joint influence between servicescape, service quality and customer satisfaction on word of mouth. The contribution or contribution of the influence of servicescape (X₁), service quality (X₂) and customer satisfaction (Y₁) to word of mouth (Y₂) is 80.2%. The correlation between customer satisfaction and word of mouth is 0.874 which means that customer satisfaction has a strong relationship. very strong against word of mouth.

Keywords: Path analysis, service quality, customer satisfaction, servicescape, word of mouth

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR LAMPIRAN	iv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Rumusan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	6
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1. Deskripsi Objek	7
BAB III TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
3.1 Servicescape.....	9
3.2 Kualitas Layanan	11
3.4 Kepuasan Konsumen	12
3.5 <i>Word Of Mouth</i>	15
3.6. Penelitian Terdahulu	18
3.7. Kerangka Pemikiran.....	22
3.8. Hipotesis Penelitian	23
BAB IV METODE PENELITIAN	
4.1 Jenis dan Desain Penelitian.....	25
4.2 Ruang Lingkup.....	25
4.3. Lokasi dan Waktu Penelitian	25
4.4. Operasionalisasi Variabel Penelitian	26
4.5. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	26

4.5.1 Populasi	26
4.5.2 Jumlah Sampel.....	27
4.5.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	27
4.6 Sumber Data	28
4.7 Skala Pengukuran Data	29
4.8 Teknik Analisa Data	30
4.9 Metode Analisa Data.....	30
4.9.1 Analisa Deskriptif	30
4.9.2 Uji Kualitas Data.....	30
4.9.2.1 Uji Validitas	30
4.9.2.2 Uji Realibilitas	31
5.1 Uji Asumsi Klasik.....	31
5.1.1 Uji Normalitas.....	31
5.1.2 Uji Heteroskedastisitas	33
6.0 Path Analysis	33
6.1 Uji Korelasi Antar Variabel	36

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian	37
5.1.1 Analisa Deskriptif Data Responden.....	37
5.2 Kualitas Data.....	38
5.2.1 Uji Validitas	38
5.2.2 Uji Reliabilitas	40
5.3 Uji Asumsi Klasik.....	41
5.3.1 Uji Normalitas Model I.....	41
5.3.2 Uji Normalitas Model II.....	41
5.3.3 Uji Heteroskedastisitas Model I.....	42
5.3.3 Uji Heteroskedastisitas Model II	42
5.4 Uji Koefisien Jalur	43
5.4.1 Uji Koefisien Jalur Model I	43
5.4.2 Uji Koefisien Jalur Model II.....	47
5.5 Hasil Jalur Model I dan II	53

5.6 Kausal Empiris Antar Jalur Model I dan Model II	53
5.7 Uji Korelasi	54
5.8 Pembahasan Hasil Penelitian	58
5.8.1 Analisis Jalur Model I	58
5.8.2 Analisis Jalur Model II	63
5.9 Implikasi Manajerial	68

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	72
6.2 Saran	73
6.2.1 Saran bagi perusahaan	73
6.2.1 Saran bagi penelitian selanjutnya	74

DAFTAR PUSTAKA	76
-----------------------------	-----------

DAFTAR LAMPIRAN	80
------------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

1.1 Hasil Pra Survei	2
3.1 Penelitian Terdahulu	18
4.1 Operasional Variabel.....	28
4.3 Penafsiran Koefisien Korelasi.....	36
5.1 Jenis Kelamin Responden	37
5.2 Hasil Uji Validitas.....	39
5.3 Hasil Uji Realibilitas.....	40
5.4 Hasil Uji Normalitas Persamaan I.....	41
5.5 Hasil Uji Normalitas Persamaan II	42
5.6 Tabel Uji T Persamaan I	44
5.7 Tabel Uji F Persamaan I	46
5.8 Tabel Koefisien Determinasi Jalur I	46
5.9 Tabel Uji T	48
5.10 Uji F Persamaan II	49
5.11 Koefisien Determinasi Jalur II	51
5.12 Tabel Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	52
5.13 Penafsiran Korelasi Variabel	54
5.14 Korelasi antar variabel	55
5.15 Korelasi antar dimensi	56

DAFTAR GAMBAR

2.1 Suasana Coffee Toffee	7
2.3 Logo Coffee Toffee.....	8
3. Kerangka Pemikiran	24
4.1 Diagram Analisis Jalur.....	41
5.1 Uji Heteroskedastisitas Persamaan I	43
5.2 Uji Heterokedastisitas Persamaan II.....	43
5.3 Diagram Jalur Persamaan I	46
5.4 Diagram Jalur Persamaan II.....	54
55. Kausal Jalur Persamaan I dan II.....	54