

**PENGARUH *STORE EXTERIOR, STORE LAYOUT, INTERIOR DISPLAY* TERHADAP CUSTOMER EXPERIENCE TOKO RETAIL
UNIQLO ONE DISTRICT PURI**

TUGAS AKHIR

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



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

MOHAMMAD REYHAN WICAKSANA

1171001070

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Mohammad Reyhan Wicaksana

NIM : 1171001070

Tanda Tangan :



Hari dan Tanggal : Jumat, 9 Agustus 2024

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Mohammad Reyhan Wicaksan
NIM : 1171001070
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Store Exterior, Store Layout, Interior Display terhadap Customer Experience Toko Retail Uniqlo One Distric Puri

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Holilla Hatta, S.Pd., M.M



Penguji 1 : Prof. M. Taufiq Amir , S.E., M.M., Ph.D



Penguji 2 : Dominica Arni Widyastuti, SE., MM



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : Rabu , 28 Agustus 2024

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul **“Pengaruh Store Exterior, Store Layout dan Interior Display Terhadap Customer Experience Toko Retail Uniqlo One Distric Puri”**. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Papa, Mama, Adik Diva dan seluruh keluarga besar penulis yang selalu mendukung dan mendoakan penulis selama masa perkuliahan.
2. Holila Hatta S.Pd., M.M selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta juga dengan sabar untuk memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat selama proses penyelesaian tugas akhir ini.
3. Dominica Arni Widyastuti S.E.,M.M, selaku dosen pembahas dalam seminar proposal dan sidang tugas akhir penulis yang telah banyak memberikan masukan dalam tahap perbaikan tugas akhir ini dan memberikan banyak masukan kepada penulis.
4. Prof. M. Taufiq Amir , S.E., M.M., Ph.D selaku dosen penguji dalam sidang tugas akhir penulis yang memberikan masukan dalam penulisin tugas akhir dan memberikan masukan kepada penulis.
5. Teman-teman seperjuangan penulis dalam mengerjakan Tugas Akhir ini yaitu Nada Syifa, Amrina Rosyada, Airene Putri dan Fikri Nauvaldy yang selalu memberikan dukungan kepada penulis selama melakukan penelitian.

6. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu terimakasih atas doa dan dukungannya.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyajian dan penyusunan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir ini. Semoga semua bantuan dan jerih payah yang telah diberikan mendapat imbalan dari Tuhan Yang Maha Esa dan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak yang terkait kedepannya.

Jakarta, 8 Agustus 2024

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mohamamd Reyhan Wicaksana

NIM : 1171001070

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi & Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Riset Bisnis

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

Pengaruh Store Exterior, Store Layout, Interior Display Terhadap Customer Experience Toko Retail Uniqlo One Distric Puri

Berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir 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 : 15 September 2024

Yang Menyatakan



(Mohammad Reyhan Wicaksana)

ABSTRAK

Perkembangan bisnis ritel, khususnya industri *fashion* saat ini membuat persaingan semakin ketat, dimana perusahaan atau para pelaku bisnis tidak hanya berfokus kepada kualitas produk atau jasa yang di tawarkan, tapi juga perlu memberikan pengalaman yang tidak terlupakan bagi pelanggannya karena hal ini lah yang bisa membuat mereka mempunyai kedekatan emosional terhadap perusahaan. Konsep pemasaran yang terkait dengan apa yang dapat memberikan pengalaman unik bagi pelanggan dikenal sebagai experiential marketing. Konsep ini memberikan pengalaman yang unik, positif, dan berkesan bagi pelanggan.

Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana faktor X1 (Store Exterior), X2 (Store Layout), X3 (Interior Display) terhadap Y (Customer Experience) toko retail Uniqlo One District Puri. Sampel digunakan adalah non-probability sampling dengan menggunakan sebanyak 150 responden dan menggunakan Teknik pengujian Uji kelayakan model, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda serta pengujian hipotesis.

Hasil yang didapatkan pada penelitian ini adalah, bahwasannya terdapat pengaruh tidak signifikan dan tidak positif pada variabel store exterior terhadap customer experience, pengaruh tidak signifikan dan tidak positif pada variabel store layout terhadap customer experience, dan terdapat pengaruh secara signifikan dan positif pada variabel interior display terhadap customer experience, dan ada juga terdapat pengaruh secara simultan signifikan dan positif pada variabel Store Exterior, Store Layout, Interior Display terhadap Customer Experience.

Kata Kunci : Store Exterior, Store Layout, Interior Display, Customer Experience, Uniqlo

ABSTRACT

The development of the retail business, especially the fashion industry today makes competition tighter, where companies or business people not only focus on the quality of the products or services offered, but also need to provide an unforgettable experience for their customers because this is what can make them have an emotional closeness to the company. The marketing concept related to what can provide a unique experience for customers is known as experiential marketing. This concept provides a unique, positive, and memorable experience for customers.

This study was conducted to see how the factors X1 (Store Exterior), X2 (Store Layout), X3 (Interior Display) on Y (Customer Experience) retail store Uniqlo One District Puri. The sample used is non-probability sampling using 150 respondents and using testing techniques Model feasibility test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis and hypothesis testing.

The results obtained in this study are, that there is an insignificant and not positive effect on the store exterior variable on customer experience, an insignificant and not positive effect on the store layout variable on customer experience, and there is a significant and positive effect on the interior display variable on customer experience, and there is also a simultaneous significant and positive effect on the variables Store Exterior, Store Layout, Interior Display on Customer Experience.

Keyword : Store Exterior, Store Layout, Interior Display, Customer Experience, Uniqlo

DAFTAR ISI

EXPERIENCE TOKO RETAIL UNIQLO ONE DISTRIC PURI	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS.....	9
2.1 Store Exterior.....	9
2.1.1 Pengertian Store Exterior	9
2.1.2 Dimensi dan Indikator Store Exterior	10
2.1.3 Hubungan Store Exterior Terhadap Customer Experience	11
2.2 Store Layout	12
2.2.1 Pengertian Store Layout	12
2.2.2 Dimensi dan Indikator Store Layout.....	12
2.2.3 Hubungan Store Layout Terhadap Customer Experience	13
2.3 Interior Display	14
2.3.1 Pengertian Interior Display.....	14
2.3.2 Dimensi dan Indikator Interior Display.....	14

2.3.3 Hubungan Interior Display Terhadap Customer Experience	15
2.4 Customer Experience	15
2.4.1 Pengertian Customer Experience	15
2.4.2 Dimensi dan Indikator Customer Experience	16
2.5 Penelitian Terdahulu	17
Pengaruh Store Atmosphere Wakai Terhadap Customer Experience	18
Pengaruh store atmosphere terhadap customer experience pada Kopi Eyang Ciumbuleuit di Kota Bandung	20
2.6 Kerangka Berpikir	20
2.7 Pengembangan Hipotesis	21
BAB III	22
METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian	22
3.2 Lokasi Penelitian	22
3.3 Variabel Penelitian	22
3.4 Operasional Variabel	23
3.5 Metode Pengumpulan Data	26
3.5.1 Jenis Data	27
3.5.1.1 Data Primer	27
3.5.1.2 Data Sekunder	28
3.6 Skala Pengukuran	28
3.7 Populasi Dan Sampel	28
3.7.1 Populasi	28
3.7.2 Sampel	29
3.8 Teknik Analisis Data	30
3.8.1 Uji Instrumen	30
3.8.1.1 Uji Validitas	31
3.8.1.2 Uji Reabilitas	31
3.9.3 Uji Asumsi Klasik	32
3.9.3.1 Uji Normalitas	32
3.9.3.2 Uji Heteroskedastisitas	32
3.9.3.3 Uji Multikolinearitas	33
3.10.3 Uji Kelayakan Model	33
3.10.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda	33
3.11.3 Uji Hipotesis	34

3.11.3.1 Uji T (Uji Parsial).....	34
3.11.3.2 Uji F (Uji Simultan)	35
3.11.3.3 Koefisien Determinasi (R2)	36
BAB IV	37
HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Hasil Penelitian	37
4.1.1 Pre-Test Kuesioner	37
4.1.2 Uji Validitas.....	37
4.1.3 Uji Reabilitas	38
4.1.4 Analisis Karakteristik Responden	39
BAB V	53
KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	53
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Keterbatasan Dalam Penelitian	54
5.3 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	58
1. Kuesioner	58
Store Exterior	59
Store Layout	60
Interior Display	60
Customer Experience	61
2. Tabel Uji Validitas	61
3. Tabel Uji Reliabilitas.....	62
4. Tabel Analisis Karakteristik Responden	63
- Jenis Kelamin	63
- Usia	63
- Pekerjaan	63
5. Tabel Uji Asumsi Klasik.....	64
- Tabel Uji Normalitas	64
- Tabel Uji Multikolinearitas	64
- Tabel Uji Heterokedastisitas.....	65
6. Tabel Analisis Linear Berganda	65
7. Uji Hipotesis.....	65
Uji Parsial (T).....	65

Uji Simultan (F)	65
Koefisien Determinasi Berganda	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Uniqlo	10
-------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 2. 2 Kerangka Berpikir.....	21
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	23
Tabel 4. 1 Uji Validitas	37
Tabel 4. 2 Uji Reabilitas	39
Tabel 4. 3 Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4. 4 Usia.....	40
Tabel 4. 5 Pekerjaan.....	40
Tabel 4. 6 Histogram	41
Tabel 4. 7 Normal P-Plots.....	42
Tabel 4. 8 Uji Heterokedisitas.....	42
Tabel 4. 9 Uji Multikolinearitas.....	43
Tabel 4. 10 Analisis Regresi Linear Berganda	44
Tabel 4. 11 Tabel Uji F	48
Tabel 4. 12 Koefisien Determinasi Berganda	49