

***PENGARUH ATMOSPHERIC OF A STORE, POLICY OF A
STORE, DAN RELIABILITY OF A STORE TERHADAP
SHOPPING FREQUENCY PADA AEON MALL SENTUL CITY***



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Gabriel Mario Andhika Putra

00000045411

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

PENGARUH *ATMOSPHERIC OF A STORE, POLICY OF A STORE, DAN RELIABILITY OF A STORE* TERHADAP *SHOPPING FREQUENCY* PADA AEON MALL SENTUL CITY



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Gabriel Mario Andhika Putra

00000045411

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Gabriel Mario Andhika Putra
NIM : 00000045411
Program studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul: “Pengaruh *Atmospheric of a store*, *Policy of a store*, dan *Reliability of a store* terhadap *Shopping Frequency* pada AEON Mall Sentul City” merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 8 Mei 2024



Gabriel Mario

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

*PENGARUH ATMOSPHERIC OF A STORE, POLICY OF A STORE, DAN
RELIABILITY OF A STORE TERHADAP SHOPPING FREQUENCY PADA
AEON MALL SENTUL CITY*

Oleh

Nama : Gabriel Mario Andhika Putra
NIM : 00000045411
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara


Tangerang, 8 Mei 2024

Pembimbing



Felix Sutisna, S.E., M.M.
NIDN: 0307067701

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O
NIDN: 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

PENGARUH *ATMOSPHERIC OF A STORE*, *POLICY OF A STORE*, DAN
RELIABILITY OF A STORE TERHADAP *SHOPPING FREQUENCY* PADA
AEON MALL SENTUL CITY

Oleh
Nama : Gabriel Mario Andhika Putra
NIM : 00000045411
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Senin, 20 Mei 2024
Pukul 08.00 s.d 09.30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Rajesh Prettypal Singh, S.S., M.M.
NIDN : 0430107605

Penguji



Dr. Amanda Setiorini, S.Psi., M.M., CIQaR
NIDN : 0305027607

Pembimbing



Felix Sutisna, S.E., M.M.
NIDN : 0307067701

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O
NIDN: 0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gabriel Mario Andhika Putra
NIM : 00000045411
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh *Atmospheric of a store*, *Policy of a store*, dan *Reliability of a store* terhadap *Shopping Frequency* pada AEON Mall Sentul City

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- o Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 8 Mei 2024



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA (Gabriel Mario)

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi berjudul “Pengaruh *Atmospheric of a store*, *Policy of a store*, dan *Reliability of a store* terhadap *Shopping Frequency* pada AEON Mall Sentul City” dengan tepat waktu. Penelitian skripsi diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (S.M.) di Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S. Sos, selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Felix Sutisna, S.E., M.M., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Ibu saya, Elizabeth Krisantiani, yang selalu memberikan bantuan baik moral, material dan juga memotivasi penulis selama melakukan penyusunan laporan skripsi.
7. Ayah saya, Antonius Mulyo Soenoto, yang selalu memberikan bantuan baik moral dan juga material kepada penulis selama melakukan penyusunan laporan skripsi.

8. Adik saya, Maria Regina, yang selalu memberikan bantuan baik moral dan juga material kepada penulis selama melakukan penyusunan laporan skripsi.
9. Keluarga besar Bandito yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan juga hiburan kepada penulis selama melakukan penyusunan laporan skripsi.
10. Keluarga besar GSC yang telah memberikan dukungan dan juga motivasi kepada penulis selama melakukan penyusunan laporan skripsi.

Penulis berharap agar penelitian yang telah disusun ini dapat memberikan dampak positif kepada seluruh pembaca dan juga peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian serupa.

Tangerang, 8 Mei 2024



(Gabriel Mario)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PENGARUH *ATMOSPHERIC OF A STORE*, *POLICY OF A STORE*, DAN *RELIABILITY OF A STORE* TERHADAP *SHOPPING FREQUENCY* PADA AEON MALL SENTUL CITY

(Gabriel Mario Andhika Putra)

ABSTRAK

Industri ritel di Indonesia mengalami kemunduran yang cukup masif saat virus COVID-19 muncul sebagai pandemi. Selama masa pandemi, gerakan masyarakat sangat dibatasi sehingga kegiatan perekonomian juga menjadi terhambat. Bahkan, hingga tahun 2023 kinerja ritel belum bisa dibilang “pulih”. AEON Sentul City, sebuah ritel garapan AEON Indonesia yang berlokasi di Bogor, juga mengalami penurunan jumlah pengunjung dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Oleh karena itu, penelitian dilakukan untuk menganalisis penerapan *Retail Service Quality Scale (RSQS)* seperti *Atmospherics of a store*, *Policy of a store*, dan *Reliability of a store* pada AEON Sentul City dan hubungannya terhadap *Shopping Frequency* atau frekuensi belanja konsumen. Penelitian ini memiliki tiga hipotesis. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang telah diisi oleh 112 responden. Data yang telah diperoleh kemudian diolah menggunakan *software IBM SPSS Statistics Versi 29*. Analisis data dilakukan menggunakan metode deskriptif dengan teknik *judgemental sampling* dan berbagai uji statistik. Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Atmospherics of a store*, dan *Reliability of a store* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Shopping Frequency* sedangkan *Policy of a store* tidak berpengaruh terhadap *Shopping Frequency* konsumen AEON Sentul City. Secara keseluruhan, *Atmospheric of a store*, *Policy of a store*, dan *Reliability of a store* secara bersama – sama memiliki pengaruh positif terhadap *shopping frequency* atau frekuensi berbelanja konsumen AEON Sentul City.

Kata kunci: *Retail Service Quality Scale*, *Atmospherics of a store*, *Policy of a store*, *Reliability of a store*, *Shopping Frequency*.

***EFFECT OF ATMOSPHERIC OF A STORE, POLICY OF A
STORE, AND RELIABILITY OF A STORE AT AEON MALL
SENTUL CITY***

(Gabriel Mario Andhika Putra)

ABSTRACT (English)

The retail industry in Indonesia is experiencing a massive recession as the COVID-19 virus emerges as a pandemic. In fact, by 2023, retail performance could not be said to be “recovered”. AEON Sentul City, an AEON Indonesia retail store located in Bogor, also experienced a decrease in the number of visitors compared to the previous year. Therefore, research was conducted to analyze the application of Retail Service Quality Scale (RSQS) such as Atmospherics of a store, Policy of a Store, and Reliability of a store at AEON Sentul city and its relationship to Shopping Frequency or consumer spending frequency. This research has three hypotheses. The data collection process was carried out by distributing questionnaires that had been completed by 112 respondents. The data obtained was then processed using IBM SPSS Statistics Version 29 software. Data analysis was done using descriptive methods with judgemental sampling techniques and various statistical tests. The findings of this study showed that the Atmospherics of a store, and Reliability of a shop have a positive influence on Shopping Frequency while the Policy of a Store has no influence over the shopping frequency of AEON Sentul City consumers. Overall, Atmospheric of a store, Policy of a store, and Reliability of a store together have a positive influence on the shopping frequency of AEON Sentul City consumers.

Keywords: Retail Service Quality Scale, Atmospherics of a store, Policy of a store, Reliability of a store, Shopping Frequency.

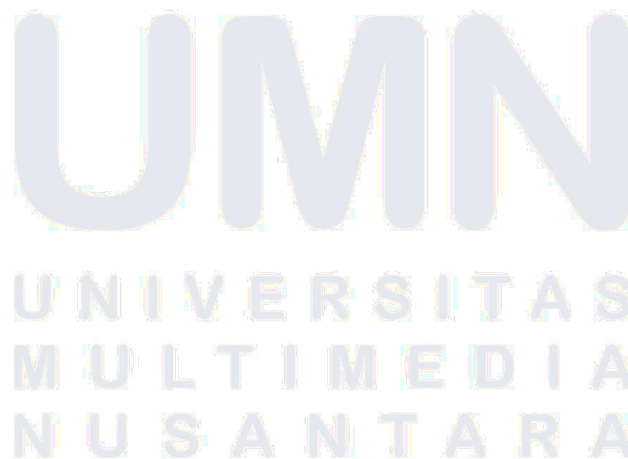
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Batasan Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Tinjauan Teori	11
2.1.1 Manajemen Operasional.....	11
2.1.2 Sepuluh Keputusan Efektif Manajemen Operasional	11
2.1.3 Manajemen Kualitas.....	13
2.1.4 Manajemen Ritel	14
2.1.5 <i>Retail Strategy</i>	19
2.1.6 <i>Customer</i>	20
2.1.7 Store Image	20
2.1.8 <i>Retail Service Quality Scale (RSQS)</i>	21
2.2 Model Penelitian	23
2.3 Hipotesis.....	24

2.3.1	Hubungan antara <i>atmospherics of a store</i> dan <i>improved shopping frequency</i>	24
2.3.2	Pengaruh antara <i>policy of a store</i> dan <i>improved shopping frequency</i> ...	24
2.3.3	Pengaruh antara <i>reliability of a store</i> dan <i>improved shopping frequency</i> 26	
2.3.4	Pengaruh antara <i>atmospherics of a store</i> , <i>policy of a store</i> , dan <i>reliability of a store</i> secara keseluruhan terhadap dan <i>improved shopping frequency</i>	26
2.4	Penelitian Terdahulu	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		29
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	29
3.1.1	Gambaran Perusahaan	29
3.1.2	Unit Bisnis AEON Sentul City	30
3.1.3	Visi Misi Perusahaan.....	31
3.1.4	Filosofi Perusahaan	31
3.1.5	Komitmen Kode Etik AEON	32
3.1.6	Prinsip Dasar AEON	32
3.2	Desain Penelitian.....	34
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	37
3.3.1	Populasi	37
3.3.2	Sampel.....	38
3.3.2.1	Sample Frame.....	38
3.3.2.2	Sample Technique.....	39
3.3.2.3	Sample Size.....	40
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.5	Operasionalisasi Variabel.....	41
3.5.1	Variabel Eksogen	41
3.5.2	Variabel Endogen.....	41
3.6	Teknik Analisis Data.....	45
3.6.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	45
3.6.1.1	Uji Validitas	45
3.6.1.2	Uji Reliabilitas	46
3.6.2	Analisis Data Penelitian	47

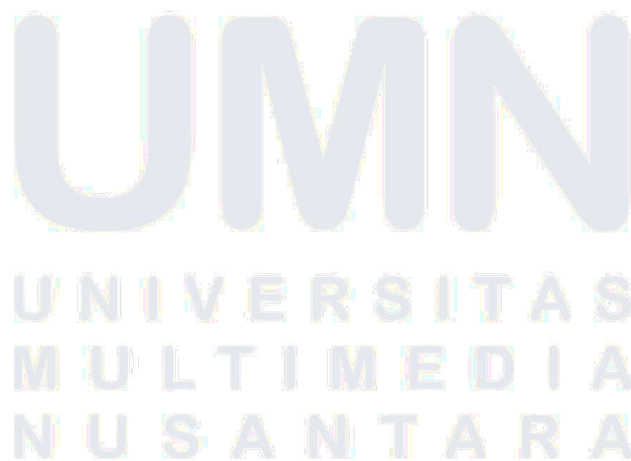
3.6.2.1	Uji Asumsi Klasik.....	47
3.7	Uji Hipotesis.....	48
3.7.1	Uji Regresi Linear Berganda.....	48
3.7.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	49
3.7.3	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	49
3.7.4	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T).....	49
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1	Karakteristik Responden.....	51
4.2	Analisis Statistik.....	51
4.2.1	Responden berdasarkan usia.....	51
4.2.2	Responden berdasarkan jenis kelamin.....	52
4.2.3	Responden berdasarkan profesi.....	52
4.2.4	Responden berdasarkan domisili.....	53
4.2.5	Responden berdasarkan frekuensi belanja ke AEON Sentul City.....	54
4.3	Analisis Deskriptif.....	54
4.3.1	<i>Atmospherics of a store</i>	55
4.3.2	<i>Policy of a store</i>	59
4.3.3	<i>Reliability of a store</i>	62
4.3.4	<i>Shopping Frequency</i>	66
4.4	Uji Instrumen Pre-Test.....	66
4.4.1	Uji Validitas Pre-Test.....	66
4.4.2	Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	68
4.5	Uji Instrumen <i>Main-Test</i>	69
4.5.1	Uji Validitas <i>Main-Test</i>	69
4.5.2	Uji Reliabilitas <i>Main Test</i>	70
4.6	Uji Asumsi Klasik.....	71
4.6.1	Uji Normalitas.....	71
4.6.2	Uji Multikolinieritas.....	73
4.6.3	Uji Heteroskedastisitas.....	74
4.7	Uji Hipotesis.....	75
4.7.1	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	75
4.7.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	77

4.7.3	Uji Statistik F (Uji Signifikansi Simultan).....	77
4.7.4	Uji Statistik T (Uji Signifikansi Parameter Individual)	79
4.8	Hasil pembahasan penelitian.....	80
4.8.1	Hasil Uji Pengaruh <i>Atmospherics of a store</i> terhadap <i>Shopping Frequency</i>	81
4.8.2	Hasil Uji Pengaruh <i>Policy of a store</i> terhadap <i>Shopping Frequency</i>	81
4.8.3	Hasil Uji Pengaruh <i>Reliability of a store</i> terhadap <i>Shopping Frequency</i>	82
4.8.4	Hasil uji pengaruh <i>Atmospherics of a store</i> , <i>Policy of a store</i> , dan <i>Reliability of a store</i> secara keseluruhan terhadap <i>Shopping Frequency</i>	83
4.9	Implikasi Manajerial	84
4.9.1	Upaya meningkatkan <i>shopping frequency</i> melalui <i>atmospherics of a store</i>	84
4.9.2	Upaya meningkatkan <i>shopping frequency</i> melalui <i>reliability of a store</i>	84
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	86
5.1	Simpulan.....	86
5.2	Saran	88
LAMPIRAN	94



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. 1 Tabel Operasionalisasi Variabel	42
Tabel 3. 2 Ketentuan Uji Validitas	46
Tabel 3. 3 Ketentuan Uji Reliabilitas	47
Tabel 4. 1 Skala Interval	55
Tabel 4. 2 Analisis deskriptif Atmospherics of a store	55
Tabel 4. 3 Analisis deskriptif policy of a store	59
Tabel 4. 4 Analisis deskriptif Reliability of a store.....	62
Tabel 4. 5 Analisis deskriptif shopping frequency.....	66
Tabel 4. 6 Uji Validitas Pre-Test.....	67
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas Pre-Test.....	68
Tabel 4. 8 Uji validitas main-test	69
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Main-Test.....	70
Tabel 4. 10 Kesimpulan Uji Statistik F.....	78
Tabel 4. 11 Kesimpulan Uji Statistik T.....	79



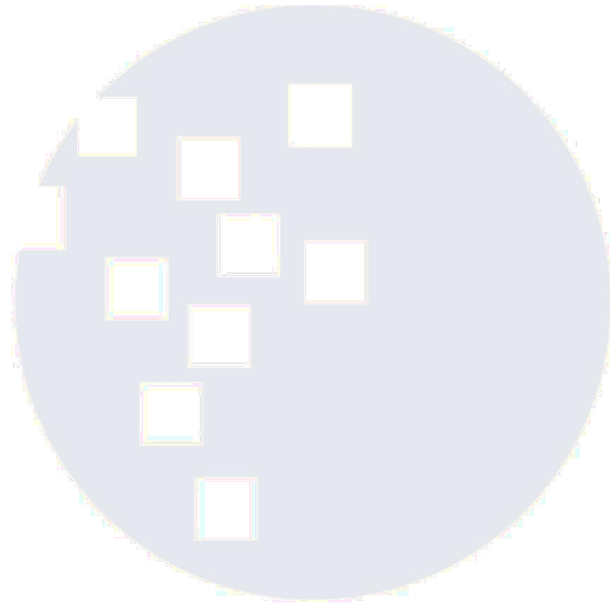
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penjualan Grosir Ritel Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Preferensi konsumen dalam berbelanja.....	3
Gambar 1. 3 Perbandingan jumlah traffic mingguan AEON Sentul City tahun 2022 dan 2023	4
Gambar 1. 4 AEON @Mall Alam Sutera dan AEON Deltamas yang baru resmi dibuka tahun 2023 & 2024.....	5
Gambar 1. 5 Ritel dengan nilai konsumen tertinggi di Indonesia tahun 2021	6
Gambar 1. 6 Daftar Ritel Terlaris di Indonesia tahun 2022.....	7
Gambar 2. 1 Alur distribusi bisnis ritel.....	14
Gambar 2. 2 Model Penelitian	23
Gambar 3. 1 10 Aspek Bisnis AEON.....	29
Gambar 3. 2 Prinsip Dasar AEON	33
Gambar 3. 3 Klasifikasi Desain Penelitian.....	34
Gambar 3. 4 Tahap Proses Sampling	38
Gambar 4. 1 Profil responden berdasarkan usia.....	51
Gambar 4. 2 Profil responden berdasarkan jenis kelamin.....	52
Gambar 4. 3 Profil responden berdasarkan profesi	52
Gambar 4. 4 Profil responden berdasarkan domisili	53
Gambar 4. 5 Profil responden berdasarkan usia.....	54
Gambar 4. 6 Uji Normalitas Histogram	72
Gambar 4. 7 Uji normalitas P-Plot Of Regression Standardized Residual	72
Gambar 4. 8 Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov	73
Gambar 4. 9 Uji Multikolinieritas	74
Gambar 4. 10 Uji Heteroskedastisitas	74
Gambar 4. 11 Uji Heteroskedastisitas (GLEJSER).....	75
Gambar 4. 12 Uji analisis regresi linear berganda	75
Gambar 4. 13 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	77
Gambar 4. 14 Uji Statistik F (Uji Signifikansi Simultan)	77
Gambar 4. 15 Uji Statistik T (Uji Signifikansi Parameter Individual).....	79

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Turnitin.....	94
Lampiran 2 Jurnal Utama.....	95
Lampiran 3 Pertanyaan Kuesioner	96
Lampiran 4 Output Data Pre-Test	100
Lampiran 5 Output Data Main-Test.....	105
Lampiran 6 Form Konsultasi Bimbingan.....	109



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA