

**PENGARUH *SERVICESCAPE* TERHADAP *POSITIVE AFFECT*
DAN DAMPAKNYA PADA KEPUASAN PELANGGAN SERTA
LOYALITAS PELANGGAN (PADA POSISI COFFEE GRESIK)**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN
PERSYARATAN DALAM MEMPEROLEH GELAR
SARJANA MANAJEMEN**



**DIAJUKAN OLEH :
DEA IMARA GHINA
041711233242**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AIRLANGGA
2022**

***THE IMPACT OF OF THE SERVICESCAPE ON POSITIVE
AFFECT AND ITS IMPACT ON CUSTOMER SATISFACTION
AND CUSTOMER LOYALTY AT POSISI COFFEE GRESIK***

THESIS

**SUBMITTED TO PARTIALLY FULFILL REQUIREMENT
FOR OBTAINING A BACHELOR OF MANAGEMENT
DEGREE**



**BY:
DEA IMARA GHINA
NIM. 041711233242**

**MANAGEMENT UNDERGRADUATE STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
AIRLANGGA UNIVERSITY
SURABAYA
2022**

Surabaya, 4 Oktober 2022

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji.

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. Kurniawati'.

Dr, Masmira Kurniawati, SE., M.Si
NIP. 197503232006042001

SKRIPSI

**PENGARUH *SERVICESCAPE* TERHADAP POSITIVE AFFCET DAN
DAMPAKNYA PADA KEPUASAN PELANGGAN SERTA LOYALITAS
PELANGGAN (PADA POSISI COFFEE GRESIK)**

DIAJUKAN OLEH :

DEA IMARA GHINA

NIM. 041711233242

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,



Dr. Masmira Kurniawati, SE., M.Si
NIP. 197503232006042001

TANGGAL: 25/01/2023

KETUA PROGRAM STUDI,



Dr. Dien Mardhiyah, SE., M.Si
NIP. 197211181999032001

TANGGAL: 25/01/2023

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, (Dea Imara Ghina, 041711233242), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Airlangga, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 30 Juni 2022



Dea Imara Ghina

NIM. 041711233242

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan berkat dan rahmat-Nya, sehingga memberikan penulis kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Servicescape* Terhadap *Positive Affect* dan Dampaknya Pada Kepuasan Pelanggan serta Loyalitas Pelanggan (Pada Posisi Coffee Gresik)”. Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk mencapai syarat kelulusan sekaligus mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen di Universitas Airlangga, Surabaya.

Selama penulisan skripsi ini, tidak sedikit hambatan yang penulis temui. Namun, berkat bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak, menjadikan semua hambatan tersebut dapat teratasi. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak tersebut, antara lain:

1. Prof. Dr. Hj. Dian Agustia, SE., M.Si., Ak., CMA., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
2. Dr. Gancar Candra Premananto, SE.,M.Si.,CMA selaku ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
3. Dr. Dien Mardhiyah, SE.,M.Si selaku ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
4. Dr. Masmira Kurniawati, SE.,M.Si selaku Dosen Pembimbing penulis yang penuh dedikasi meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan kesabaran untuk memberikan masukan, arahan, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan sebaik-baiknya.
5. Tuwanku Aria Auliandri, SE.,M.Sc selaku Dosen Wali.
6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga yang telah memberikan banyak ilmu dan pengetahuan yang berharga.
7. Segenap staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga yang telah membantu penulis dalam hal administrasi maupun hal lain.
8. Keluarga tercinta, Bapak Adi Mahawan, Ibu Nur Alifah, dan Kakak Aulia Kansa Dafira yang sudah mendukung segala keputusan penulis selama

menyelesaikan studi sebagai mahasiswa manajemen Universitas Airlangga dan memberikan doa tanpa henti.

9. Para responden pada penelitian ini yang telah membantu penyusunan skripsi ini dengan berpartisipasi dalam pengisian kuesioner sebagai salah satu prosedur penelitian skripsi.
10. Sahabat dan teman dekat penulis Rahmaudhyna, Adinda, Cyndita, Shevina, Ayu, Indah, Inak, Adit, Stella, Fauza, Ais, Ichika, Reyza, Faldi, Kak Rifan, Kak Amaliyah, Morino, dan lain-lain yang selalu mendukung dan memberikan semangat, bantuan tanpa henti selama penulisan.
11. Teman-teman seperjuangan saat kuliah Dery, Imron, Zhaki, Naura, Alya, Elvira, Firda, Virli, yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman bimbingan skripsi Marcella, Evan, Wafa, Revi, Restu yang selalu memberikan bantuan bagi penulis saat kesulitan dalam penyusunan skripsi.
13. Teman-teman Manajemen 2017 yang selalu bahu membahu dan senantiasa memberikan informasi dan bantuan tanpa henti.

Serta teman-teman penulis yang lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi seluruh pihak. Segala kritik dan saran yang bersifat membangun akan sangat berguna bagi penelitian ini.

Surabaya, 4 Oktober 2022

Dea Imara Ghina

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan menguji pengaruh dari *servicescape* terhadap *positive affect* dan dampaknya pada kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan pada Posisi Coffee Gresik. Penelitian kuantitatif menggunakan metode survei dengan instrument pengumpulan data berupa *Google Form* yang disebar kepada orang yang pernah berkunjung pada Posisi Coffee Gresik. Penelitian ini menggunakan total 26 indikator yang diukur dengan menggunakan skala Likert 5 poin. Melalui total 242 kuesioner yang terkumpul dan layak uji, jawaban ditabulasi dan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan aplikasi *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan dimensi *Substantive Servicescape* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Positive Affect*, *Communicative Servicescape* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Positive Affect*, *Positive Affect* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata Kunci: *servicescape, substantive servicescape, communicative servicescape, positive affect*, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, *SEM-PLS*

ABSTRACT

This study aims to examine the impact of of the servicescape on positive affect and its impact on customer satisfaction and customer loyalty at Posisi Coffee Gresik. This quantitative research was conducted using survey method and Google Form to collect the data. This quantitative research was conducted using survey method and Google Form to collect the data of people who has been visit to Posisi Coffee Gresik. This research used total 26 indicators which are measured by a 5-point Likert scale. From a total of 242 feasible questionnaires, the respondent's answer were then tabulated and analyzed through the Structural Equation Modeling (SEM) using the Partial Least Square (PLS) application. The results of the study shows that Substantive Servicescape has a positive and significant effect on Positive Affect, Communicative Servicescape has a positive and significant effect on Positive Affect, Positive Affect has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, and Customer Satisfaction has a positive and significant effect on Customer Loyalty.

Kata Kunci: *servicescape, substantive servicescape, communicative servicescape, positive affect, customer satisfaction, customer loyalty, SEM-PLS*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
1.2 BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 <i>Servicescape</i>	12
2.1.2 <i>Positive Affect</i>	14
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	14
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	15
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.2.1 Park <i>et al.</i> , 2019	17
2.2.2 Han dan Ryu, 2009	18
2.2.3 Song <i>et al.</i> , 2019	20
2.3 Hubungan Antar Variabel	21

2.3.1	Pengaruh <i>Substantive Servicescape</i> terhadap <i>Positive Affect</i> .	21
2.3.2	Pengaruh <i>Communicative Servicescape</i> terhadap <i>Positive Affect</i>	22
2.3.3	Pengaruh <i>Positive Affect</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	23
2.3.4	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	24
2.4	Kerangka Konseptual	26
1.3	BAB 3 METODE PENELITIAN	27
3.1	Pendekatan Penelitian	27
3.2	Pendekatan Variabel	28
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	28
3.3.1	Definisi Teori <i>Servicescape</i>	28
3.3.2	<i>Positive Affect</i> (Emosi Positif).....	30
3.3.3	Kepuasan Pelanggan	30
3.3.4	Loyalitas Pelanggan	31
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	31
3.5	Populasi dan Sampel Penelitian	32
3.5.1	Populasi	32
3.5.2	Sampel	32
3.6	Prosedur Pengumpulan Data.....	33
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.8	Teknik Analisis Data	34
3.8.1	<i>Partial Least Square- Structural Equation Modelling</i> (PLS-SEM)	34
3.8.2	Uji <i>Measurement Model</i>	35
3.8.3	Uji <i>Structural Model</i>	36
3.8.4	Pengujian Hipotesis.....	36

1.4	BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	37
4.1.1	Posisi Coffee Gresik.....	37
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	37
4.2.1	Karakteristik Responden	37
4.3	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	39
4.3.1	Variabel <i>Substantive Servicescape</i>	40
4.3.2	Variabel <i>Communicative Servicescape</i>	41
4.3.3	Variabel <i>Positive Affect</i>	42
4.3.4	Variabel Kepuasan Pelanggan	43
4.3.5	Variabel Loyalitas Pelanggan	44
4.4	Analisis Model dan Pengujian	45
4.4.1	Uji <i>Measurement Model</i>	45
4.4.2	Uji <i>Strutural Model</i>	50
4.4.3	Uji Hipotesis	52
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	54
4.5.1	Pengaruh <i>Substantive Servicescape</i> terhadap <i>Positive Affect</i> . 54	
4.5.2	Pengaruh <i>Communicative Servicescape</i> terhadap <i>Positive Affect</i>	55
4.5.3	Pengaruh <i>Positive Affect</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	56
4.5.4	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	
	57	
1.5	BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1	Simpulan	59
5.2	Saran	60
5.2.1	Saran Untuk Akademisi.....	60

5.2.2 Saran untuk Praktisi	60
5.2.3 Keterbatasan Penelitian dan Rekomendasi untuk Peneliti Selanjutnya	61
DAFTAR PUSTAKA	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	5
Gambar 2.1 Model kerangka konseptual	26
Gambar 4.1 Hasil Analisis Model	46

DAFTAR TABEL

Tabel 4-1 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4-2 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4-3 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	39
Tabel 4-4 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
Tabel 4-5 Kategori <i>Mean</i> Jawaban Responden	40
Tabel 4-6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Substantive Servicescape</i>	40
Tabel 4-7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Communicative Servicescape</i>	41
Tabel 4-8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Positive Affect</i>	42
Tabel 4-9 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan	43
Tabel 4-10 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan	44
Tabel 4-11 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	46
Tabel 4-12 <i>Outer Loading</i>	47
Tabel 4-13 <i>Fornell Larcker</i>	48
Tabel 4-14 <i>Cross Loading</i>	48
Tabel 4-15 <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i>	50
Tabel 4-16 <i>R Square</i>	51
Tabel 4-17 <i>Model Fit</i>	51
Tabel 4-18 <i>T-Statistic / Bootstrapping</i>	52
Tabel 4-19 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	54

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A-1 KUESIONER PENELITIAN	67
LAMPIRAN A-2 TABULASI JAWABAN RESPONDEN.....	72
LAMPIRAN A-3 DESKRIPSI PROFIL RESPONDEN.....	78
LAMPIRAN A-4 HASIL UJI MEASUREMENT MODEL	79
LAMPIRAN A-5 HASIL UJI STRUCTURAL MODEL.....	82