



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

**PENGARUH STORE LAYOUT, EMOTIONAL FACTOR, DAN
KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI ALFAMART AIR HITAM PEKANBARU**

Oleh :

Fikri Armanjani Siregar

NIM. 11471102246

Penelitian ini dilakukan pada PT. Sumber Alfariya Trijaya, Tbk yang beralamat di jalan Air Hitam, Pekanbaru. Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Store Layout (tata letak), Emotional Factor, dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Alfamart Air Hitam Pekanbaru pada PT. Sumber Alfariya Trijaya, Tbk. Dengan harapan agar konsumen datang untuk bertransaksi dan puas dalam menikmati berbelanja di alfamart air hitam, untuk dapat memberikan kepuasan konsumen pengelola harus dapat memberikan store layout yang baik, memberikan dampak emosional positif dan memberikan penawaran dengan keragaman produk yang bermacam-macam. Dalam penelitian ini dirumuskan masalah adalah seberapa besar pengaruh store layout, emotional factor, dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen di Alfamart Air Hitam Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas yaitu store layout, emotional factor, dan keragaman produk, variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10% sehingga sampel yang diambil adalah 100 orang dengan menggunakan metode sampling accidental yaitu berdasarkan secara kebetulan bertemu dengan peneliti. Hipotesis diduga variabel store layout, emotional factor, dan keragaman produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen, dan diduga variabel store layout, emotional factor, dan keragaman produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Store Layout, Emotional Factor, Keragaman Produk, dan Kepuasan Konsumen



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah terdiri dari data primer dan data sekunder. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10% sehingga sampel yang diambil adalah 100 orang dengan menggunakan metode Non Probability sampling dimana teknik sampling yang digunakan penelitian adalah purposive sampling. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = -0,043 + 0,777X_1 + 0,056X_2 + -0,135 X_3 + e$. Pengaruh Store layout terhadap Kepuasan konsumen di Alfamart Air Hitam pada PT. Sumber Alfariya Trijaya,Tbk menunjukkan nilai $t_{hitung} (18,343) > t_{tabel} (1,66088)$ dengan nilai signifikasi yang dihasilkan sebesar 0,000 masih berada dibawah 0,10. Pengaruh Emotional factor terhadap Kepuasan konsumen di Alfamart Air Hitam pada PT. Sumber Alfariya Trijaya,Tbk menunjukkan nilai $t_{hitung} (1,741) > t_{tabel} (1,66088)$ dengan nilai signifikasi yang dihasilkan sebesar 0,085 masih berada dibawah 0,10. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Kepuasan konsumen di Alfamart Air Hitam Pekanbaru pada PT. Sumber Alfariya Trijaya,Tbk menunjukkan nilai $t_{hitung} (8,822) > t_{tabel} (1,66088)$ dengan nilai signifikasi yang dihasilkan sebesar 0,006 masih berada dibawah 0,10. Dengan demikian diketahui $F_{hitung} (166,997) > F_{tabel} (2,14)$ dengan Sig. $(0,000^b) < 0,10$. Artinya secara simultan atau bersamaan Store layout, Emotional factor, dan Keragaman Produk memiliki pengaruh terhadap Kepuasan konsumen di Alfamart Air Hitam Pekanbaru pada PT. Sumber Alfariya Trijaya,Tbk. Nilai R sebesar 0,916^a atau 91,6 % berarti terdapat pengaruh antara Store layout, Emotional Factor, dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan konsumen di Alfamart Air Hitam Pekanbaru pada PT. Sumber Alfariya Trijaya,Tbk. Nilai R Square sebesar 0,839 atau 83,9% berarti bahwa variabel Kepuasan Konsumen di pengaruhi kuat oleh variabel Store layout, Emotional Factor, dan Keragaman Produk sementara sisanya 16,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Store Layout, Emotional Factor, Keragaman Produk, dan Kepuasan Konsumen