

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.

**PENGARUH LOKASI, *STORE ATMOSPHERE* DAN *MAINTENANCE*
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HUNTER GYM DI
PEKANBARU**

SKRIPSI



OLEH :

SARIPUTRA FARADHILLAH

NIM : 11970115071

PROGRAM STUDI S1 MANAGEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2023



PENGARUH LOKASI, *STORE ATMOSPHERE* DAN *MAINTENANCE* PRODUK

TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HUNTER GYM DI PEKANBARU

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Pada Program Studi Manajemen S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



OLEH :

SARIPUTRA FARADHILLAH

NIM : 11970115071

PROGRAM STUDI S1 MANAGEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2023

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.

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim



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.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : SARIPUTRA FARADHILLAH
 NIM : 11970115071
 PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
 KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 SEMESTER : VIII (DELAPAN)
 JUDUL : PENGARUH LOKASI *STORE ATMOSPHERE* DAN
MAINTENANCE PRODUK TERHADAP
 KEPUASAN KONSUMEN HUNTER GYM DI
 PEKANBARU

**DISETUJUI OLEH
DOSEN PEMBIMBING**

RIKI HANRI MALAU SE,MM.
NIP. 19710124 200701 1 020

MENGETAHUI,

**KETUA PROGRAM STUDI
S1 MANAJEMEN**

ASTUTI MEFLINDA, SE, MM
NIP. 19720513 200701 2 018



Dr. Hj. MAHYARNI, SE, MM
NIP.197008261999032001

UIN SUSKA RIAU



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.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sariputra Faradhillah
 NIM : 11970115071
 Jurusan : Manajemen
 Fakultas : Ekonomi Dan Ilmu Sosial
 Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi, *Store Atmosphere* dan *Maintenance* Produk terhadap kepuasan konsumen Hunter Gym Pekanbaru
 Tanggal Ujian : 26 Juni 2023

Tim Penguji

Ketua
 Astuti Meflinda, SE, MM

Sekretaris
 Fatimah Zuhra, S.Si., M.Stat

Penguji I
 Muklis, SE, MM

Penguji II
 Ulfiah Novita, SE., M.Si



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.

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
كلية العلوم الاقتصادية و الاجتماعية
FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.15 Tuahmadani Tampan, Pekanbaru 28298 PO.Box.1004 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: fekonsos@uin-suska.ac.id

Nomor : B-0729/Un.04/F.VII.I/PP.00.9/1/2023 Pekanbaru, 17 Januari 2023 M
 Sifat : Biasa 24 Jumadil Akhir 1444 H
 Lampiran : -
 Perihal : **Bimbingan Skripsi**

Kepada
 Yth. **Riki Hanri Malau, SE, MM**
 Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
 UIN Sultan Syarif Kasim Riau
 Pekanbaru

Assalamu'alaikum Wr. Wb.
 Dengan hormat,

Bersama ini kami sampaikan kepada Saudara bahwa :

N a m a : Sariputra Faradhillah
 NIM : 11970115071
 Jurusan : Manajemen
 Semester : VII (Tujuh)

adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memenuhi syarat untuk menyelesaikan studi/ menyusun skripsi dengan judul: "**Pengaruh Lokasi, Store Atmosphere dan Maintenance Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Hunter Gym Pekanbaru**". Sehubungan dengan itu kami menunjuk Saudara sebagai pembimbing dalam menyelesaikan skripsi mahasiswa tersebut di atas.

Demikian disampaikan, atas bantuan Saudara diucapkan terima kasih.

an. Dekan
 Wakil Dekan Bid. Akademik dan
 Pengembangan Lembaga,



Dr. Kamaruddin, S.Sos, M. Si
 NIP. 19790101 200710 1 003

Tembusan :
 Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau



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.

Lampiran surat

Nomor : 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di

Nama : Sariputra Faradhillah

Nim : 11970115071

Tempat/tgl. Lahir : Sipogu / 25 – September – 2021

Prodi : Managemen

Judul skripsi : Pengaruh Lokasi *Store Atmosphere* dan *Maintenance* Produk terhadap kepuasan Konsumen Hunter Gym di Pekanbaru.

Menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa

1. Penulisan skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri
2. Semua kitipan pada karya tulisan saya ini sudah diterbitkan sumbernya
3. Oleh karena itu skripsi saya ini saya nyatakan bebas dari plagiat
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang – undangan

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru

Yang membuat pernyataan



Sariputra Faradhillah

ABSTRAK

PENGARUH LOKASI, *STORE ATMOSPHERE* DAN *MAINTENANCE* PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HUNTER GYM DI PEKANBARU

Oleh :

SARIPUTRA FARADHILLAH

NIM : 11970115071

Kepuasan konsumen adalah sikap senang atau bahagia konsumen yang ditunjukkan setelah merasakan dan memakai produk yang telah ia beli. Jika produk yang dirasakan konsumen tidak sesuai dengan harapan maka konsumen tidak akan mendapatkan kepuasan. Ada pun tujuan dilakukannya penelitian ini untuk menganalisa Pengaruh Lokasi, *Store Atmosphere* Dan *Maintenance* Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Hunter Gym Di Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dengan menggunakan metode purposive sampling. Berdasarkan hasil peneltian ini menunjukkan bahwa Lokasi, *Store Atmosphere* dan *Maintenance* Produk Terhadap Kepuasan Konsumen berpengaruh baik secara parsial maupun simultan. Hasil Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan bahwa besarnya pengaruh dari ketiga variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya sebesar 56,5%, sedangkan sisanya 43,5% merupakan variabel lain yang tidak diteliti kedalam penelitian ini.

Kata Kunci : Lokasi, *Store Atmosphere*, *Maintenance* 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 mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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.

ABSTRACT

***THE INFLUENCE OF LOCATION, STORE ATMOSPHERE AND
PRODUCT MAINTENANCE ON CUSTOMER SATISFACTION OF
HUNTER GYM IN PEKANBARU***

Oleh :

SARIPUTRA FARADHILLAH

NIM : 11970115071

Consumer satisfaction is the attitude of happy or happy consumers who are shown after feeling and using the products they have purchased. If the product perceived by consumers is not in accordance with expectations, consumers will not get satisfaction. The purpose of this research is to analyze the influence of location, store atmosphere and product maintenance on consumer satisfaction at Hunter Gym in Pekanbaru. The population in this study amounted to 100 people using a purposive sampling method. Based on the results of this research, it shows that location, store atmosphere and product maintenance affect consumer satisfaction both partially and simultaneously. The results of the Coefficient of Determination (R²) show that the magnitude of the influence of the three independent variables together on the dependent variable is 56.5%, while the remaining 43.5% are other variables not examined in this study.

Keywords : Location, Store Atmosphere, Maintenance and Consumer Satisfaction



KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.

Al-hamdulillahirobbil'alamin

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sholawat serta salam selalu tercurah kepada Rasullullah Muhammad SAW, sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Lokasi *Store Atmosphere* dan *Maintenance* Produk terhadap kepuasan konsumen Hunter Gym Di Pekanbaru”** sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Jurusan Strata I Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Skripsi ini saya persembahkan secara khusus kepada Orang Tua tercinta dan tersayang, yaitu Ayahanda Drs.H.Abdul Halim Hasibuan MA. Dan umak saya Dra.Hj.Masrawati Sipahutar MA.

Suksesnya penyusunan skripsi ini tentunya penulis tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang memberikan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dr. Hj. Mahyarni, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



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.

3. Bapak Dr. Kamarruddin, S.Sos, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Mahmuzar, M.Hum selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Dr. Julina, SE, M. Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
6. Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku Ketua Prodi S1 Manajemen dan Bapak Fakhurrozi, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Riki Hanri Malau, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berharga bagi penulis dalam penulisan Skripsi ini.
8. Ibu Dr. Hj. Mahyarni, SE, MM selaku penasehat akademik yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim
9. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama masa perkuliahan.
10. Seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
11. Terimakasih kepada Dinda saufia Rahma S.Ked, dan dwi putri hummairoh



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.

12. Terimakasih kepada adek adek saya para intan muda, irwadi, darwis, hengki yang mendedikasikan waktu fikiran dan tenaganya dalam mencapai tujuan intan muda.
13. Terimakasih kepada teman teman saya Nawadi Damanik SE. Mulyadi putra, zulfadli, fiki purnama jane, indra gunawan dan dwi ilham cahyo.
14. Terimakasih kepada teman teman lokal A Konsentrasi Pemasaran angkatan 2019. Terimakasih atas kebersamaannya selama perkuliahan dan telah memberikan dukungan, do'a serta nasehat yang tulus kepada penulis selama ini.
15. Terimakasih Kepada Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis menjadi pahala dan diberikan balasan yang berlipat ganda oleh ALLAH SWT. Penulis menyadari masih terdapat kekurangan pada penulisan Skripsi ini. Penulis mengharapkan adanya kritik maupun saran yang bersifat membangun yang bertujuan untuk menyempurnakan isi dari. Skripsi ini serta bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan pada umumnya dan bagi penulis untuk mengamalkan ilmu pengetahuan di tengah-tengah masyarakat.

Wassalamuallaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Pekanbaru, 09 Mei 2023

Penulis,

Sariputra Faradhillah

NIM: 11970115071



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.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2.2 Lokasi	10
2.2.1 Pengertian Lokasi	10
2.2.2 Indikator Lokasi.....	11
2.3 <i>Store Atmosphere</i>	12
2.3.1 Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	12
2.3.2 Indikator <i>Store Atmosphere</i>	13
2.4 <i>Maintenance Produk</i>	17
2.4.1 Pengertian <i>Maintenance Produk</i>	17
2.4.2 Indikator <i>Maintenance Produk</i>	18
2.5 Kepuasan Konsumen	18
2.5.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	18
2.5.2 Metode Mengukur Kepuasan Konsumen.....	19
2.4.2 Indikator Kepuasan Konsumen	21
2.6 Hipotesis Penelitian dan Pengaruh Antara Variabel	21
2.6.1 Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	21

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.

2.6.2 <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	22
2.6.3 <i>Maintenance Produk</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	22
2.6.2 Lokasi, <i>Store Atmosphere</i> dan <i>Maintenance Produk</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	23
2.7 Pandangan Islam.....	23
2.7.1 Pandangan Islam Terhadap <i>Store Atmosphere</i>	23
2.7.2 Pandangan Islam Terhadap Lokasi	24
2.8 Penelitian Terdahulu.....	25
2.9 Variabel Penelitian	29
2.9.1 Variabel Bebas.....	29
2.9.2 Variabel Terikat.....	30
2.10 Kerangka Pemikiran	30
2.11 Defenisi Konsep Operasional Variabel	31
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	34
3.2 Jenis dan Sumber Data	34
3.2.1 Data Primer	34
3.2.2 Data Sekunder.....	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data	35
3.3.1 Kuesioner	35
3.3.2 Interview	35
3.4 Populasi dan Sampel.....	36
3.4.1 Populasi	36
3.4.2 Sampel.....	36
3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	37
3.6 Teknik Analisis Data	38
3.7 Uji Kualitas Data.....	38
3.7.1 Uji Validitas.....	38
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	38
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.8.1 Uji Normalitas	39

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.

3.8.2 Uji Multikolinearitas	40
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas.....	40
3.8.4 Uji Autokorelasi	40
3.9 Uji Regresi Linear Berganda.....	41
3.10 Uji Hipotesis Penelitian.....	42
3.10.1 Uji Parsial (Uji T).....	42
3.10.2 Uji Simultan (Uji F)	42
3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	43
BAB IV GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	44
4.1.1 Sejarah berdiri Hunter Gym.....	44
4.1.2 Visi Dan Misi.....	45
4.1.3 Logo Hunter Gym.....	45
4.2 Struktur organisasi Hunter Gym	46
4.2.1 Gambar Struktur organisasi Hunter Gym	46
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Karakteristik Responden	49
5.1.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan jenis kelamin ...	49
5.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan pekerjaan.....	50
5.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Berapa Kali	50
5.2 Analisis Data	51
5.2.1 Jawaban Responden Terhadap Lokasi (X1)	51
5.2.2 Jawaban Responden Terhadap <i>Store Atmosphere</i> (X2).....	52
5.2.1 Jawaban Responden Terhadap <i>Maintenance Produk</i> (X3) .	54
5.2.2 Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	55
5.3 Uji Kualitas Data.....	56
5.3.1 Uji Validitas.....	56
5.3.2 Uji Reliabilitas.....	58
5.4 Uji Asumsi Klasik.....	58
5.4.1 Uji Normalitas	58
5.4.2 Uji Multikolienieritas	60



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.

5.4.3 Uji Heterokedastisitas	61
5.4.4 Uji Autokorelasi	62
5.5 Uji Regresi Linear Berganda.....	62
5.6 Uji Hipotesis.....	64
5.6.1 Uji Secara Parsial (uji T).....	64
5.6.2 Uji Secara Simultan (uji F)	66
5.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	67
5.7 Pembahasan.....	68
5.7.1 Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen	68
5.7.2 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Kepuasan Konsumen	69
5.7.3 Pengaruh <i>Maintenance Produk</i> terhadap Kepuasan	
Konsumen.....	70
5.7.3 Pengaruh Lokasi, <i>Store Atmosphere</i> dan <i>Maintenance Produk</i>	
terhadap Kepuasan Konsumen.....	70
BAB VI PENUTUP	
6.1 Kesimpulan.....	73
6.2 Saran	74

Daftar Pustaka

Lampiran



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 penelitian terdahulu	25
Tabel 2.2 Tebel defenisi konsep operasional variabel	31
Tabel 3.1 Kriteria Pengujian Otokorelasi dengan Uji Durbin-Watson	41
Tabel 5.1 Data Responden Berdasarkan jenis kelamin	49
Tabel 5.2 Data responden berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 5.3 Data responden berdasarkan kurun waktu menggunakan jasa	50
Tabel 5.4 tanggapan rresponden terhadap variabel (X1)	51
Tabel 5.5 Tanggapan Responden Tentang Variabel (X2)	52
Tabel 5.6 Tanggapan Responden Tentang Variabel (X3)	54
Tabel 5.7 jawaban responden terhadap kepuasan konsumen	55
Tabel 5.8 Hasil Uji Validitas	57
Tabel 5.9 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 5.10 Hasil Uji Normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov	59
Tabel 5.11 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 5.12 Hasil uji Heteroskedastisitas	61
Tabel 5.13 Hasil Uji Autokorelasi.....	62
Tabel 5.14 Hasil Uji Analisi Regresi Linear Berganda	63
Tabel 5.15 Hasil Uji Parsial (uji T)	65
Tabel 5.16 Hasil Uji Simultan (uji F).....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram 1 Motivasi Partisipan Melakukan Olahraga	1
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	30
Gambar 4.1 Logo Hunter Gym.....	45
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Hunter Gym.....	45

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.

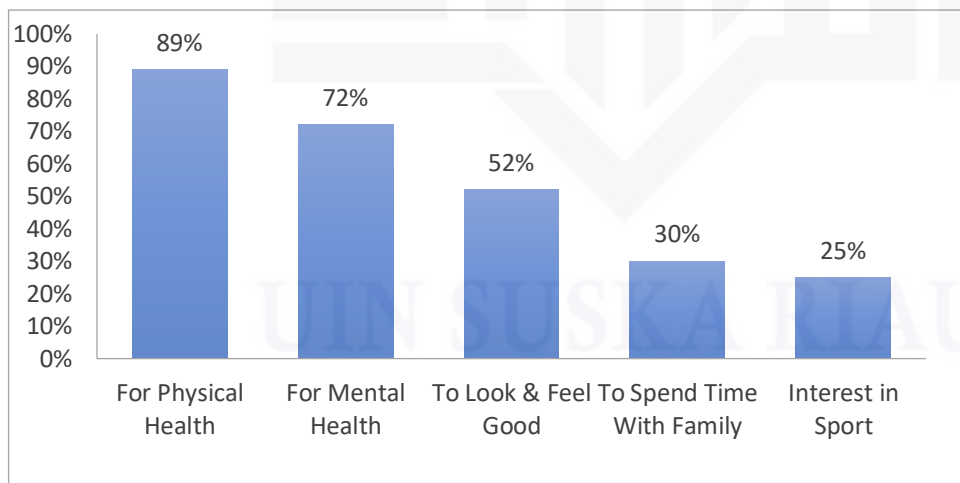
BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tubuh manusia sejatinya seperti mesin, yang kalau setiap kali dipakai dan tidak pernah dirawat maka akan mengakibatkan kerusakan pada mesin tersebut, oleh sebab itu tubuh manusia harus dirawat dengan aktivitas fisik yang benar dan pola hidup yang sehat. Olahraga merupakan kegiatan fisik yang sangat berpengaruh terhadap tubuh manusia, dengan olahraga yang baik dan benar tubuh akan semakin sehat, kuat, bertenaga, bugar dan juga ideal.

Saat ini olahraga sudah menjadi kebutuhan masyarakat dari berbagai kalangan baik pria maupun wanita, khususnya para generasi milenial yang ingin memiliki bentuk tubuh atletis. Berdasarkan *ASEAN Survey on Sports Participation* yang dilakukan Sekretariat ASEAN selama periode Mei-September 2021 menunjukkan 5 motivasi partisipan melakukan olahraga.

Gambar 1.1 Diagram 1 Motivasi Partisipan Melakukan Olahraga



Sumber: Asean.Org Diolah pada 2021



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.

Berdasarkan diagram di atas dapat kita lihat bahwa motivasi terbesar seseorang melakukan olahraga adalah untuk mendapatkan fisik yang sehat. Untuk mendapatkan tubuh yang sehat sekaligus ideal ada beberapa latihan yang dapat dilakukan seperti lari pagi, senam, *hit cardio*, *work out*, angkat beban dan lain sebagainya.

Fitness Center merupakan sebuah pusat kebugaran dengan banyak alat-alat olahraga yang dapat digunakan untuk menunjang proses latihan. Banyak orang memilih berolahraga di *Fitness Center* atau yang banyak di kenal dengan gym, karena alat-alat yang disediakan cukup lengkap sehingga seseorang tidak mengeluarkan lebih banyak uang untuk membeli peralatan sendiri. Bahkan di beberapa tempat *Fitness Center* menyediakan pelatih atau *trainer* yang telah berpengalaman dan ahli dalam bidangnya untuk membantu menentukan program latihan sesuai kebutuhan konsumen, terutama untuk membantu konsumen awam yang baru pertama kali berolahraga di pusat kebugaran.

Di Pekanbaru sendiri banyak terdapat *Fitness Center* mulai dari yang kecil hingga berkelas, alat-alat yang ada di dalam *fitness center* bermacam-macam jenisnya, ada yang mesin dan ada juga yang *free weight*. Member yang ada di *Fitness Center* pun beragam jenis, tergantung dari *background* masing-masing, ada yang pekerja kantoran, mahasiswa, remaja, atlet ataupun orang tua. Beberapa *fitness center* yang ada di Pekanbaru adalah Pangeran Gym, Garuda Fitnes, Kardio Fitnes, Raja Gym Pekanbaru, Muscle Gym Pekanbaru dan lain sebagainya. Dengan banyak berdirinya *fitness center* tersebut memberikan dampak yang kuat pengaruhnya terhadap minat masyarakat dalam menentukan dimana



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.

mereka akan melakukan aktivitas olahraga, oleh sebab itu setiap pusat kebugaran harus mampu menonjolkan kelebihanannya masing-masing agar mampu menarik masyarakat.

Hunter gym merupakan salah satu unit usaha yang bergerak dalam usaha pelayanan jasa dibidang olahraga yang berlokasi di Jl. Manyar sakti No.10 B, Panam Raya square (bersebelahan dengan Giant City) simpang baru, kec. Tampan, Kota pekanbaru, Riau. Saat ini Hunter Gym memiliki 150 member tetap termasuk peneliti sendiri.

Berbagai kelebihan dari Hunter gym yang tidak di Fitnes center lainnya, adalah gedung yang lebar dan luas yang di bagi dalam 6 ruang latihan. Selain itu peralatan gym di Hunter Gym yang lengkap, lahan parkir yang kondusif serta petugas parkir yang aktif, ruangan yang luas,ful musik, ful kipas angin, ful cctv dan di lengkapi kamar mandi yang bersih dan nyaman di gunakan di setiap ruangnya.

Peneliti sendiri merupakan salah satu konsumen aktif di Hunter gym yang sudah bergabung kurang lebih selama 3 bulan. Selama menjadi konsumen aktif Hunter gym, peneliti melihat bahwa dari hari kehari pengguna jasa Hunter gym semakin meningkat, hal ini dilihat dari banyaknya konsumen baru yang mulai menggunakan jasa Hunter gym.

Salah satu faktor yang menjadi penunjang kepuasan konsumen adalah faktor lokasi. Lokasi yang mudah dijangkau menjadi kepuasan tersendiri bagi konsumen. Berdasarkan hasil penelitian **Masrul1 & OktaKarneli (2017)**



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.

mengindikasikan bahwa semakin strategis *store location* maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen.

Lokasi Hunter gym mudah untuk di jangkau, gedung mudah di kenal dan di lihat, Hunter gym bersebelahan dengan pusat perbelanjaan sehingga beberapa konsumen dari tempat yang jauh memilih hunter gym karena dapat sekalian menuju pusat perbelanjaan, banyak masyarakat yang berlalulalang dan Hunter gym dapat dilihat oleh berbagai kalangan

Selain faktor lokasi, suasana didalam toko (*Store Atmosphere*) juga dapat menjadi tolak ukur kepuasan konsumen karena suasana yang nyaman dapat meningkatkan mood konsumen untuk berolahraga. Hasil penelitian yang dilakukan oleh **Jati Pangestu (2017)** menunjukkan bahwa *Store Atmosphere* secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Store atmosphere yang baik akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. *Store atmosphere* di Hunter gym sangat nyaman dan memudahkan, seperti tersedianya lobi yang luas, *lighting* yang terarah dan terang, aroma ruangan yang wangi dan ful musik sehingga merangsang rasa puas para konsumen selama menggunakan jasa Hunter gym dalam berolahraga.

Selain faktor lokasi dan *store atmosphere*, faktor lain yang juga dapat memberikan rasa puas terhadap konsumen adalah faktor *maintenance* atau pemeliharaan produk yang tersedia di tempat gym. Apabila peralatan yang digunakan konsumen terawat dengan baik, tentu konsumen akan senang dan merasa nyaman, apabila konsumen sudah merasa nyaman dan puas dalam menggunakan berbagai produk yang ada di tempat gym, dapat dikatakan secara



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.

tidak langsung bahwa konsumen puas akan *maintenance* yang dilakukan pemilik Gym tersebut.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh **Agus Suarjaya (2020)** pelaksanaan *maintenance* berpengaruh signifikan atau nyata terhadap kepuasan pengguna jasa pada Ghada Gym dan *Fitness Center* sehingga hipotesis yang berbunyi "Pelaksanaan *maintenance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengguna jasa pada Ghada Gym dan *Fitness Center*" adalah teruji kebenarannya.

Pentingnya mengetahui tingkat kepuasan konsumen sangatlah perlu diperhatikan. Karena masa depan suatu perusahaan sangatlah berpengaruh, termasuk dibidang *fitness center* sekalipun. Konsumen yang merasa puas tentu akan menjadi pelanggan yang loyal, dan apabila konsumen sudah loyal terhadap suatu perusahaan maka besar kemungkinan mereka akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain tentang perusahaan tersebut.

Sehubungan dengan pentingnya upaya dalam mencapai kepuasan konsumen maka peneliti tertarik melakukan penelitian **“PENGARUH LOKASI, STORE ATMOSPHERE DAN MAINTENANCE PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HUNTER GYM DI PEKANBARU”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pada penelitian, dapat di simpulkan rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Hunter Gym Pekanbaru?
2. Apakah *store atmosphere* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Hunter Gym pekanbaru?
3. Apakah *maintenance* produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Hunter Gym Pekanbaru?
4. Apakah lokasi, *store atmosphere* dan *maintenance* produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Hunter Gym Pekanbaru?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen Hunter Gym Pekanbaru
2. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen Hunter Gym Pekanbaru
3. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh *maintenance* produk terhadap kepuasan konsumen Hunter Gym Pekanbaru



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.

4. Unruk mengetahui secara simultan pengaruh lokasi, *store atmosphere* dan *maintenance* produk terhadap kepuasan konsumen Hunter Gym Pekanbaru

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Untuk mengetahui pengaruh lokasi, *store atmosphere* dan *maintenance* produk terhadap kepuasan konsumen Hunter Gym Pekanbaru

2. Secara praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Hunter Gym dalam memilih strategi untuk meningkatkan kepuasannya

3. Bagi akademis

Hasil penelitian ini dapat berguna sebagai bahan referensi oleh peneliti selanjutnya yang meneliti masalah serupa ataupun berkaitan

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan ini di bagi dan di jelaskan dalam 6 bab, dimana penjelasan dari masing – masing ke 6 bab tersebut saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya, yaitu sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab I ini menguraikan dan menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penelitian.



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.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menguraikan teori – teori yang mendukung pemecahan masalah penelitian sehingga dapat disimpulkan hipotesis – hipotesis dan variabel – variabel penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan penentuan lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik dan metode pengumpulan data, serta analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Menggambarkan secara umum tentang objek yang akan di teliti

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uraian secara umum tentang hasil penelitian dan pembahasan berupa menganalisa hasil penelitian berdasarkan fakta dan data, dengan menggunakan metode yang telah di tentukan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan yang merupakan hasil dari penelitian, pembahasan dan saran / rekomendasi yang merupakan pernyataan dari peneliti mengenai perbaikan yang perlu di lakukan di masa yang akan datang terkait dengan masalah penelitian.



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.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Manajemen Pemasaran

2.1.1 Defenisi Manajemen Pemasaran

Managemen merupakan suatu rangkaian kegiatan mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian serta pengawasan dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya untuk mencapai satu tujuan yang telah di tentukan. Menurut Koontz dan O'Donnel manajemen adalah menciptakan lingkungan yang efisien dan juga efektif agar orang dapat bekerja di instansi atau organisasi formal (**Hanafi, 2015**).

Menurut **Donnelly, Gibson dan Ivancevich** managemen merupakan kegiatan yang di jalankan oleh satu orang ataupun beberapa orang, guna untuk menjalankan kegiatan dan mengordinasikan kegiatan oleh orang lainnya, dan untuk mencapai tujuan yang tidak dapat di lakukan oleh satu orang saja. Menurut **Massie dan Douglas** manajemen adalah suatu peroses dimana beberapa orang bekerjasama, memberikan pengarahan kepada yang lain guna mencapai tujuan yang sama (**Hanafi, 2015**).

Menurut **Stoner, Freeman dan Gilberth** managemen adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian aktivitas anggota di dalam organisasi, dan berbagai kegiatan yang menerapkan sumber daya organisasi guna mencapai tujuan organisasi yang telah di tentukan (**Hanafi, 2015**).

Managemen pemasaran merupakan kegiatan mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan, sekaligus untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan



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.

agar dapat lebih berkembang serta dapat menciptakan kepuasan konsumen ataupun pelanggan, dengan cara membangun hubungan timbal balik yang baik antara perusahaan dengan karyawan.

Menurut *American Marketing Association* (AMA) manajemen pemasaran adalah proses dalam mengelola suatu organisasi dalam mewujudkan, mengkomunikasikan, dan melakukan penawaran produk atau jasa yang memiliki nilai bagi pelanggan, mitra dan umunya pada masyarakat.

Pemasaran adalah proses dan managerial dalam memperoleh apa yang di butuhkan dan yang ingin di peroleh oleh individu atau kelompok dengan cara membentuk, menawarkan dan menukarkan produk kepada pihak lain

Pemasaran merupakan ujung tombak dari suatu perusahaan dimana peranan pemasaran menjadi penentu profit yang akan di raih perusahaan dari proses penjualan produk atau jasa yang di tawarkan ke pasar.

2.2 Lokasi

2.2.1 Defenisi Lokasi

Lokasi yang tepat dan strategis sangat berpengaruh positif dalam pengembangan perusahaan jangka panjang, hususnya dalam memberikan kepuasan kepada konsumen dalam menggunakan dan memperoleh produk atau jasa yang di sediakan. Mengatakan keunggulan dalam bersaing dapat di ciptakan dari penentuan lokasi yang strategis, dan dapat mewujudkan pelayanan yang efektif dan efisien bagi konsumen dan pelanggan.

Pengertian lokasi menurut **Kasmir (2012)** adalah tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajukan barang-

barang dagangannya. Menurut **Tjiptono (2014)** lokasi adalah berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

Jadi lokasi adalah suatu keputusan perusahaan untuk menentukan tempat usaha, menjalankan kegiatan usaha atau kegiatan operasional, dan mendistribusikan barang atau jasa yang menjadi kegiatan bisnisnya kepada konsumen.

Menurut Tjiptonodalam (**Firdiyansyah, 2017**) lokasi untuk menjalankan suatu usaha dan merupakan faktor krusial dalam keberhasilan suatu perusahaan atau toko. Menurut **Tjiptono dalam (Gustiani, Heny; Septayuda, 2019)** lokasi pendistribusian mengacu kepada berbagai aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk melancarkan dan mempermudah penyampaian barang dari produsen kepada konsumen.

2.2.2 Indikator Lokasi

Menurut **Tjiptono (2014)** indikator lokasi yaitu :

1. Akses, kemudahan akses perusahaan menjadi faktor simultan dalam menciptakan kepuasan konsumen, akses yang mudah dijangkau dan di lalui oleh berbagai transportasi juga menjadi peranan penting meningkatkan kepuasan konsumen
2. Visibilitas, lokasi yang mudah dilihat, diingat dan dikenal, menjadi pendorong kepuasan konsumen
3. Lalu lintas (*traffic*) menyangkut dua pertimbangan utama

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.

- a. Semakin banyaknya orang yang berlalu lalang akan memberikan peluang besar untuk bersaing
- b. Kepadatan dan kemacetan dapat dijadikan peluang sebagai tempat periklanan
4. Lingkungan, yaitu suasana sekitar yang mendukung produk atau jasa dapat di tawarkan dengan sebaik mungkin.
5. Kriteria adalah titik lokasi, yang merupakan lokasi yang tepat, strategis dan memiliki prospek yang bagus untuk kedepannya.

2.3 *Store Atmosphere*

2.3.1 *Defenisi Store Atmosphere*

Store atmosphere merupakan kondisi dalam dan luar toko yang beberapa di antaranya adalah pencahayaan, warna, bau dan musik yang dibuat dan di rancang dengan sebaik – baiknya oleh para pengusaha dalam memberikan pengaruh positif terhadap para konsumen.

Menurut Utami dalam (**Ratnasari, 2015**) *store atmosphere* merupakan rancangan situasi dengan cara visual, pencahayaan, warna, musik, dan aroma yang digunakan dengan tujuan untuk merancang respon emosional dan perceptual pelanggan dan untuk merangsang pelanggan dalam membeli barang.

Menurut Mowen and Minor dalam (**Ratnasari, 2015**) *Store Atmosphere* merupakan langkah dalam memanipulasi bentuk bangunan, dalam ruangan, bentuk ruangan, lorong ruangan, bentuk karpet dan dinding, aroma, warna, model dan suara yang di dengar para pelanggan guna memberikan pengaruh dan kesan tertentu. Menurut Purwaningsih pada (**Awanda, 2018**) *store atmosphere* adalah



- 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.

suatu karakteristik fisik yang sangat penting bagi setiap bisnis, hal ini bertujuan untuk menciptakan suasana yang nyaman sesuai keinginan konsumen dan sehingga konsumen ingin berlama-lama di dalam toko dan akan mempengaruhi konsumen melakukan pembelian.

Menurut **Tanjung (2020)** *Store Atmosphere* merupakan kombinasi dari pesan secara fisik yang telah direncanakan. Suasana toko dapat digambarkan sebagai perubahan terhadap perencanaan lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan pembelian.

Menurut Levy & Weitz (2012) dalam **Katarika & Syahputra (2017)**, *Store atmosphere* mengacu pada bentuk lingkungan seperti komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan aroma untuk mensimulasikan respon pemikiran dan emosi pelanggan guna untuk memberikan pengaruh untuk melakukan pembelian

Menurut **Berman & Evan 2010** dalam **(Kristiana & Muhammad, 2017)** *store atmosphere* dapat di maknai bagi sebuah toko adalah suatu hal yang sangat penting untuk memperlihatkan keunikan tampilan fisik suatu toko, suasana yang di bentuk di dalam toko berguna untuk membentuk citra dan menarik konsumen.

2.3.2 Indikator *Store Atmosphere*

Berman dan Evan (2014) dalam **Tanjung (2020)** mengemukakan bahwa indikator-indikator *store atmosphere* dibagi menjadi empat elemen yang terdiri dari *Exterior, General Interior, Store Layout dan Interior Display*. Adapun keempat elemen tersebut akan dijelaskan lebih lengkap di bawah ini:

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.

1. *Store Exterior* (Bagian depan toko) : bagian depan toko mencerminkan kemantapan dan kekokohan bangunan perusahaan dan sifat kegiatan yang ada di dalamnya, serta dapat menciptakan kepercayaan dan *goodwill* bagi konsumen, *store exterior* berfungsi sebagai identifikasi atau tanda pengenalan, sehingga sering menyatakan lambang. Yang termasuk dalam bagian elemen-elemen *store exterior* terdiri dari :
 - a. Bagian depan toko meliputi pintu masuk dan konstruksi gedung. *Store front* harus mencerminkan keunikan, kemantapan, kekokohan, atau hal-hal lain yang sesuai dengan citra toko tersebut.
 - b. Papan nama (*Marquee*) adalah suatu tanda yang digunakan untuk memajang nama atau logo suatu toko. *Marquee* dapat dibuat dengan teknik pewarnaan, penulisan huruf atau penggunaan lampu neon dan dapat terdiri daari nama atau logo saja atau di kombinasikan dengan slogan dan informasi lainnya. Supaya efektif, *marquee* harus diletakan diluar, terlihat berbeda dan lebih menarik.
 - c. Pintu masuk harus direncanakan sebaik mungkin, sehingga dapat mengundang konsumen untuk masuk melihat ke dalam toko dan mengurangi lalu lintas kemacetan keluar masuk konsumen.
2. *General Interior* (Bagian dalam toko) : harus dirancang untuk memaksimalkan *visual merchandising*. Seperti diketahui, iklan dapat menarik pembeli untuk datang ke toko, tapi yang paling utama yang dapat membuat penjualan setelah pembelian berada di toko adalah *display*. *Display* yang baik adalah yang dapat menarik perhatian para konsumen

dan membantu mereka agar mudah mengamati, memeriksa dan memilih barang-barang dan akhirnya melakukan pembelian ketika konsumen masuk ke dalam toko yang diciptakan melalui elemen-elemen *general interior* terdiri dari:

- a. *Layout* : Penentuan jenis lantai (kayu, keramik, karpet) desain, dan warna lantai penting karena konsumen dapat mengembangkan persepsi mereka berdasarkan apa yang mereka lihat.
- b. *Lighting* : Warna dan tata cahaya dapat memberikan *image* pada pelanggan. Warna cerah dan terang akan memberikan *image* berbeda dengan warna lembut dan kurang terang. Tata cahaya bisa memberikan dampak langsung maupun tidak langsung. Tata cahaya yang baik mempunyai kualitas dan warna yang dapat membuat produk–produk yang ditawarkan terlihat lebih menarik, terlihat berbeda bila dibandingkan dengan yang sebenarnya.
- c. *Fixtures* : Memilih peralatan penunjang dan cara penyusunan barang harus dilakukan dengan baik agar di dapat hasil yang sesuai dengan keinginan.
- d. *Temperature* : Pengelola toko harus mengatur suhu udara, agar udara di dalam ruangan jangan terlalu panas atau dingin. Suhu udara juga berpengaruh pada kenyamanan konsumen. Sehingga *image* toko juga dipengaruhi dengan penggunaan AC baik sentral maupun unit, kipas angin, dan jendela terbuka.

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.

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.

- e. *Distance* : Rak barang harus diatur sedemikian rupa agar cukup lebar dan membuat konsumen lebih mudah dalam memilih barang agar konsumen merasa nyaman.
- f. *Dead areas* : Merupakan ruangan di dalam toko dimana *display* yang normal tidak bisa diterapkan karena akan terasa janggal, misalnya pintu masuk, toilet, dan sudut ruangan. Pengelola harus dapat menerapkan barang-barang pajangan biasa untuk memperindah dan memberikan kesan yang menarik seperti tanaman atau cermin.
- g. *Personal* : Karyawan yang sopan, ramah, berpenampilan menarik dan mempunyai pengetahuan yang cukup mengenai produk yang dijual akan meningkatkan citra dan loyalitas konsumen dalam memilih toko untuk berbelanja.
- h. *Cashier* : Pengelola toko harus memutuskan dua hal yang berkenaan dengan kasir. Pertama adalah penentuan jumlah kasir yang memadai agar konsumen tak terlalu lama antri atau menunggu untuk melakukan proses pembayaran. Kedua adalah penentuan lokasi kasir, kasir harus ditempatkan di lokasi yang strategis dan sedapat mungkin menghindari kemacetan / antrian antara konsumen yang keluar masuk toko.
- i. *Technology / modernization* : Pengelola toko harus dapat melayani konsumen secanggih mungkin. Misalnya dalam proses pembayaran dibuat secanggih mungkin dan cepat baik pembayaran secara tunai atau pembayaran kredit dan debet, diskon dan voucher.

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.

j. *Cleanliness* : Kebersihan dapat menjadi pertimbangan utama bagi konsumen untuk berbelanja di toko. Pengelola toko harus mempunyai rencana yang baik dalam pemeliharaan kebersihan toko walaupun *exterior* dan *interior* baik bila tidak dirawat kebersihannya akan menimbulkan penilaian *negatif* dari konsumen.

3. *Store Layout* (Tata letak) merupakan rencana untuk menentukan lokasi tertentu dan pengaturan dari jalan / gang di dalam toko yang cukup lebar yang memudahkan para konsumen untuk berlalu-lalang di dalamnya. *Store layout* akan mengundang masuk atau menyebabkan konsumen menjauhi toko tersebut ketika konsumen tersebut melihat bagian dalam toko melalui jendela etalase atau pintu masuk.

Layout yang baik akan mampu mengundang konsumen untuk betah berkeliling lebih lama dan membelanjakan uangnya lebih banyak.

4. *Interior display* (Papan pengumuman) merupakan tanda yang digunakan untuk memberikan informasi kepada konsumen untuk mempengaruhi suasana lingkungan toko, yang termasuk *interior display*.

2.4 Maintenance Produk

2.4.1 Defenisi Maintenance Produk

Pemeliharaan (*Maintenace*) adalah kegiatan untuk memelihara atau menjaga fasilitas atau peralatan pabrik dan mengadakan perbaikan atau penyesuaian / penggantian yang diperlukan agar terdapat suatu keadaan operasi produksi yang memuaskan sesuai dengan apa yang direncanakan, maka fasilitas dapat digunakan untuk proses produkis atau sebelum jangka waktu yang



direncanakan tercapai (Assauri, 2008:134) dalam **Anggraini dan Maulana (2016:63)**. Menurut **Sehwarat dan Narang (2001)** dalam **Anggraini dan Maulana (2016)** pemeliharaan (*maintenance*) adalah sebuah pekerjaan yang dilakukan secara berurutan untuk menjaga atau memperbaiki fasilitas yang ada sehingga sesuai dengan standar (sesuai dengan standar fungsional dan kualitas). Dapat disimpulkan dari pendapat beberapa ahli di atas *maintenance* atau pemeliharaan adalah suatu aktivitas untuk memelihara / menjaga agar peralatan atau fasilitas yang diperlukan dapat sesuai dengan yang direncanakan serta mempercepat penggantian kerusakan peralatan dengan *resources* yang ada dan menekan kegagalan sekecil mungkin pada peralatan

2.4.2 Indikator *Maintenance* Produk

Adapun indikator penelitian yang digunakan dalam mengukur pelaksanaan *Maintenance* menurut **Suarjaya dan Herlambang (2020)**, yaitu :

- a. Pengadaan alat alat fitness
- b. Pemeliharaan alat alat fitness
- c. Penataan alat alat fitness

2.5 Kepuasan Konsumen

2.5.1 Defenisi Kepuasan Konsumen

Menurut Lovelock dan Wright dalam (**Huda, 2014**) kepuasan konsumen adalah suatu reaksi emosional jangka pendek konsumen terhadap kinerja suatu jasa tertentu. Menurut **Tjiptono (2014)** Kata kepuasan atau *satisfaction* berasal dari kata latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau



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.

membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Menurut Kotler & Keller dalam **Tjiptono (2014)** kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibanding dengan harapannya.

Dari defenisi para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah sikap senang atau bahagia konsumen yang ditunjukkan setelah merasakan dan memakai produk yang telah ia beli. Jika produk yang dirasakan konsumen tidak sesuai dengan harapan maka konsumen tidak akan mendapatkan kepuasan. Dan juga sebaliknya jika produk dapat di manfaatkan melebihi harapan maka konsumen akan mendapatkan kepuasan yang maksimum.

2.5.2 Metode Mengukur Kepuasan

Menurut Kotler yang dikutip Tjiptono (2011), Kotler mengidentifikasi 4 metode untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu:

1) Sistem keluhan dan saran

Suatu perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan memberikan kesempatan yang luas pada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain. Informasi dari pelanggan ini akan memberikan masukan ide-ide bagi perusahaan agar bereaksi dengan tanggap dan cepat dalam menghadapi masalah-masalah yang timbul. Sehingga perusahaan akan tahu apa yang dikeluhkan oleh para pelanggannya dan segera memperbaikinya. Metode ini berfokus pada

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.

identifikasi masalah dan juga pengumpulan saran-saran dari pelanggannya secara langsung

2) *Ghost shopping*

Salah cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial. Sebagai pembeli potensial terhadap produk dari perusahaan dan juga dari produk pesaing. Kemudian mereka akan melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan dari produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *Ghost shopper* juga bisa mengamati cara penanganan terhadap setiap keluhan yang ada, baik perusahaan yang bersangkutan maupun pesaingnya.

3) *Lost customer Analysis*

Perusahaan akan menghubungi para pelanggannya atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar dapat memahami penyebab mengapa pelanggan tersebut berpindah ke tempat lain. Dengan adanya peningkatan *customer lost rate*, dimana peningkatan *customer lost rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

4) Survei Kepuasan Pelanggan

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, e-mail,



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.

wabsite maupun wawancara langsung. Melalui survai perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung (*feedback*) dari pelanggan dan juga akan memberikan kesan *positif* terhadap para pelanggannya.

2.5.3 Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam **Tjiptono (2014)**, atribut-atribut pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari:

- a. Kesesuaian harapan
- b. Minat berkunjung kembali
- c. Kesiediaan merekomendasikan

2.6 Hipotesis penelitian dan pengaruh Antar Variabel

Menurut (**Sugiyono, 2019**) hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Analisis ini untuk mengetahui pengaruh antar variabel independent dan variabel dependent apakah masing-masing variabel dependent berpengaruh positif atau negatif sehingga hipotesis tersebut perlu di uji. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di latar belakang masalah serta berpegang pada telaah pustaka yang masih bersifat teoritis, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut.

2.6.1 Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen

Menurut penelitian yang dilakukan oleh **Indra Firdyansyah (2017)** yang berjudul Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan



pelanggan pada warung gubrak Kepri Mall Kota Batam, menunjukkan bahwa secara parsial Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H1 : Diduga Lokasi Berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Hunter Gym Pekanbaru

2.6.2 Pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil penelitian **Masrul dan Karneli (2017)** diketahui adanya pengaruh yang positif dan signifikan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh yang ditimbulkan bersifat positif dan signifikan, artinya bahwa semakin tinggi, semakin baik dan semakin nyaman *store atmosphere* yang diciptakan oleh Texas Chicken Plaza Citra kepada konsumen maka kepuasan konsumen yang dirasakan konsumen akan semakin meningkat.

H2 : Diduga *store atmosphere* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Hunter Gym Pekanbaru

2.6.3 Pengaruh *maintenance* produk dengan kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil penelitian **Agus suryajaya (2020)** Pelaksanaan *maintenance* dan lingkungan fisik secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa pada Ghada Gym dan *Fitenss Center*. Pelaksanaan *maintenance* secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa pada Ghada Gym dan *Fitness Center*.

H3 : Diduga *maintenance produk* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Hunter Gym Pekanbaru

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.



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.

2.6.4 Pengaruh lokasi, *store atmosphere* dan *maintenance* produk terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil penelitian **Chairunisya dan soebiantoro (2021)**

Store atmosphere dan lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen kolam pancing dan lesehan ikan bakar 2 saudara jaya dan berdasarkan hasil penelitian **suryajaya dan henny herlambang (2020)** pelaksanaan *maintenance* dan lingkungan fisik secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa pada Ghada Gym dan *Fitness center* dan pelaksanaan *maintenance* secara parsial berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa pada Ghada Gym dan *Fitness Center*

H4 : Diduga lokasi, *Store atmosphere* dan *Maintenance* produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Hunter Gym Pekanbaru

2.7 Pandangan Islam

2.7.1 Pandangan Islam Terhadap *Store Atmosphere*

Salah satu yang menjadi tujuan dari *store atmosphere* adalah membentuk citra toko dan melekatkan tampilan toko dalam benak konsumen, dan juga tata letak toko yang efektif tidak saja akan menjamin kenyamanan dan kemudahan tetapi juga memiliki dampak yang besar pada pola lalu lintas konsumen dan perilaku belanja mereka. Allah SWT berfirman dalam Surah Al-Baqarah ayat 172.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِنَّ كُنتُمْ لِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman makanlah dari rezeki yang baik yang kami berikan kepada kamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika kamu hanya menyembah kepadanya.”(QS Al-Baqarah : 172)



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.

Islam selalu mengajarkan untuk selalu mengutamakan kebaikan baik itu dalam konsumsi ataupun perilaku. Tidak terkecuali dalam membangun suasana toko, *store atmosphere* yang baik adalah yang mencakup kebersihan dan keindahan, dimana suasana yang baik akan menarik perhatian konsumen untuk melihat dan memperhatikan barang dan produk yang pelaku usaha tawarkan.

Manusia merupakan makhluk yang selalu menggunakan daya visual dimana akan sangat menyukai keindahan. Hal tersebut merupakan naluri dan fitrah yang Allah berikan kepada umat manusia, karena pada dasarnya suatu hal yang indah tentunya akan mendatangkan kebaikan sama halnya dalam jual beli. Semakin baik tampilan suatu toko, semakin menarik tatanan *display*, akan berdampak semakin baik kepada penjualan.

2.7.2 Pandangan Islam Terhadap Lokasi

Islam merupakan agama yang mengatur semua aspek dimuka bumi dan salah satunya adalah bagaimana manusia melindungi dan menjaga lingkungan, serta tidak merusaknya. Hal ini merupakan salah satu ajaran agama Islam, yaitu melarang melakukan kerusakan lingkungan seperti tertulis dalam Al-Qur'an surat Al-Araaf ayat 56, yaitu (Q.S Al 'Araaf ayat 56).

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ
مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

Artinya: “Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya

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.

rahmat Allah Amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.” (Q.S Al-‘Araaf ayat 56).

Islam melarang untuk melakukan kerusakan lingkungan, sehingga dapat merugikan orang lain. Allah SWT melarang umatnya untuk menghancurkan atau merusak yang ada dimuka bumi, melainkan menjaga dan melindunginya. Begitu juga dengan penentuan lokasi usaha yang tepat diharapkan bukan memberikan *efek negative* untuk lingkungan dan masyarakat sekitar, akan tetapi memberikan *efek positif* untuk lingkungan dan masyarakat sekitar usaha tersebut. pemilihan lokasi usaha yang strategis sesuai dengan aturan Islam yaitu (**Patah dan Syahbudin, 2017**) :

- a. Memperhatikan aspek kemaslahatan dan menghindari unsur kedzaliman.
- b. Lokasi usaha yang layak dan tidak mengganggu masyarakat sekitar.
- c. Perlunya informasi pasar untuk menentukan lokasi yang strategis

2.8 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

No	Nama (Tahun)	Judul Penelitian	Persamaan	Hasil Penelitian
1.	IndraFirdiansyah (2017)	Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung gubrak Kepri mall kota batam	sama – sama menggunakan lokasi sebagai variable independen	Menunjukkan lokasi memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen
2.	1. Darwin lie	Pengaruh lokasi	Sama – sama	Menunjukkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

2.	Marisi Butarbutar (2021)	terhadap kepuasan konsumen pada kedai kopi baravi Pematang Siantar.	menggunakan lokasi sebagai variable independen	bahwa lokasi memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
3.	1. Henyugstiani 2. Irawan Septayuda (2019)	Kualitas pelayanan dan lokasi, pemasangan iklan media outdoor dalam meningkatkan kepuasan konsumen	Sama – sama menggunakan lokasi sebagai variable indeviden	Menunjukkan bahwa lokasi memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen
4.	Grace Aryunitami Gultom (2022)	Pengaruh kualitas layanan, lokasi dan <i>e – payment</i> terhadap kepuasan konsumen pada <i>fitnereliceledies</i> semarang.	Sama - sama menggunakan lokasi sebagai variable indeviden dan kepuasan konsumen sebagai variable devenden	Menunjukkan bahwa lokasi memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen.
5.	1. Niwayangi Ana kusumawathi 2. Dwi Putra darmawan (2019)	Pengaruh <i>store atmosphere</i> , kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di seniman coffie	Sama – sama menggunakan <i>store atmosphere</i> sebagai variable	Menunjukkan bahwa <i>store atmosphere</i> berpengaruh secara signifikan

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.

		studio	indevenden (X) dan kepuasan konsumen sebagai variable devenden (Y)	terhadap kepuasan konsumen dengan indicator berupa gayabangunan, ruang gerak keluasa,
6.	1. Maria kristiana 2. Drs.Muhammad edwar SE.M.si (2017)	Pengaruh <i>store atmosphere</i> dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen <i>café</i> heerlijik gelato perpustakaan bank Indonesia Surabaya.	Sama – sama menggunakan <i>store atmosphere</i> sebagai varial indevenden (X) dan kepuasan konsumen sebagai variable devenden (Y)	Hasil perhitungan uji t menunjukkan bahwa <i>store atmosphere</i> memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen
7.	1. Henry Eko Siagian 2. Rudy Wahyono 3. Meta Erwita (2022)	Pengaruh kualitas pelayanan dan <i>store atmosphere</i> terhadap kepuasan konsumen di bravo resto	Sama – sama menggunakan <i>store atmosphere</i> sebagai variable indevenden (X) dan kepuasan	Menyatakan bahwa <i>store atmosphere</i> memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen, apabila store

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.

			konsumen sebagai variable devenden (Y)	atmosfhere meningkat maka kepuasan konsumen akan meningkat
8.	M Syamsul Hidayat (2020)	Pengaruh harga dan <i>store atmosphere</i> terhadap kepuasan konsumen pada <i>café dream black coffie</i> Mojokerto	<i>Store atmosphere</i> sama – sama menjadi variable indevenden (X) dan kepuasan konsumen sebagai variable devenden (Y)	<i>Store atmosphere</i> berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen di <i>café dream black koffie</i> .
9.	Yeremia Dwi Bagus Wicaksana(2020)	Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan <i>store atmosphere</i> terhadap kepuasan konsumen rolagrapancasurabaya	<i>Store atmosphere</i> sam – sama digunakan sebagai variable indevenden (X) dan Kepuasan konsumen sebagai variable Devenden (Y)	<i>Store atmosphere</i> berpengaruh signifikan terhdap kepuasan konsumen,

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.

10.	AgusSuryajaya (2020)	Pengaruh pelaksanaan <i>maintenance</i> dan lingkungan fisik, terhadap kepuasan konsumen ghada gym dan fitness center di denpasar	<i>Maintenance</i> produk digunakan sebagai variable ineviden (X) dan kepuasan konsumen sebagai variable devenden (Y)	<i>Maintenance</i> produk memberikan pengaruh terhdap kepuasan kinsmen ghada gym dan fitness center di denpasar.
-----	-------------------------	---	---	--

2.9 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019).

Adapun variabel dalam penelitian ini adalah :

2.9.1 Variabel bebas (*Independent*)

Variablel independent merupakan variabel yang menjadi sebab terjadinya perubahan atau pengaruh variabel terikat (*dependent*). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

- a. Lokasi
- b. *Store atmosphere*
- c. *Maintenance* produk

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.

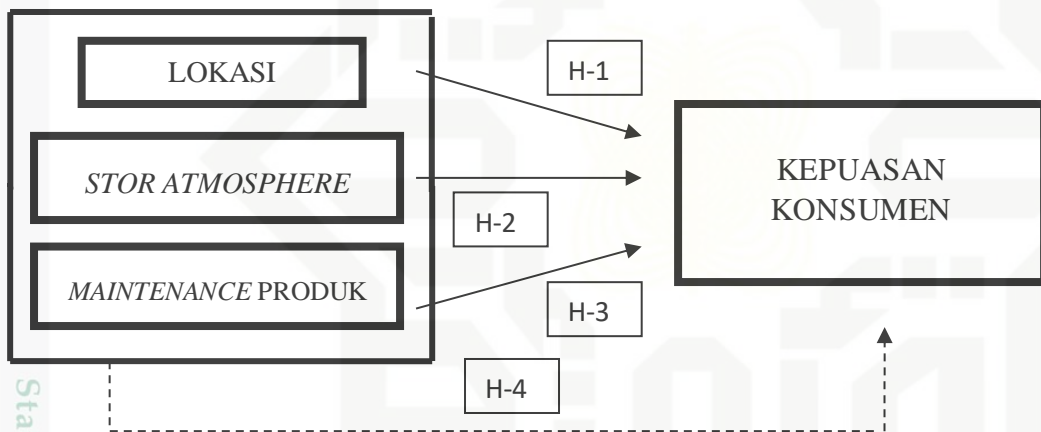
2.9.2 Variabel terikat (*Dependent*),

Variabel *dependent* merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*independent*). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen yaitu : (Y)

2.10 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2019) kerangka pemikiran adalah paduan terkait hubungan antar variabel yang tersusun dari berbagai teori yang sudah dideskripsikan, kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir



Keterangan

- : Pengaruh secara parsial
- - - - -> : Pengaruh secara simultan

- X₁ : Lokasi
- X₂ : *Store Atmosphere*
- X₃ : *Maintenance* Produk
- Y : Kepuasan Konsumen

2.11 Definisi Konsep Operasional Variabel

Tabel 2.2 Tebel defenisi konsep operasional variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
1.	Lokasi (X ₁)	Lokasi adalah tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajukan barang-barang dagangannya Kasmir (2012)	1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalulintas (<i>traffic</i>) 4. Lingkungan 5. Kriteria Tjiptono (2015)	Skala likert
2.	<i>Storeatmosph here</i> (X ₂)	<i>Store atmosphere</i> mengacu pada bentuk lingkungan seperti komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan aroma untuk mensimulasikan respon pemikiran dan emosi pelanggan guna untuk memberikan pengaruh untuk melakukan pembelian. Levy &Weitz (2012) dalam Katarika&Syahputra (2017)	1. <i>Store Exterior</i> (Bagian depan toko) 2. <i>General Interior</i> (Bagian dalam toko) 3. <i>Layout</i> 4. <i>Lighting</i> 5. <i>Fixtures</i> 6. <i>TemperatureDistan ce</i> 7. <i>Dead areas</i> 8. <i>Personal</i> 9. <i>MerchandiseCashi er Technology / modernization</i> 10. <i>Cleanliness</i> 11. <i>Store Layout</i> (Tata letak) 12. <i>Interior display</i> (Papan	Skala likert

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.

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.

			pengumuman) Berman dan Evan (2014) dalam Tanjung (2020)	
3.	<i>Maintenance</i> produk (X_3)	Pemeliharaan (<i>Maintenace</i>) adalah kegiatan untuk memelihara atau menjaga fasilitas atau peralatan pabrik dan mengadakan perbaikan atau penyesuaian / penggantian yang diperlukan agar supaya terdapat suatu keadaan operasi produksi yang memuaskan sesuai dengan apa yang direncanakan, maka fasilitas dapat digunakan untuk proses produkis atau sebelum jangka waktu yang direncanakan tercapai. (Assauri, 2008:134) dalam Anggraini dan Maulana (2016) .	d. Pengadaan alat alat fitness e. Pemeliharaan alat alat fitness f. Penataan alat alat fitness Suarjaya dan Herlambang (2020)	Skala likert
4.	Kepuasan	Kepuasan konsumen	1. Kesesuaian harapan	Skalalike

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.

kosnumen (y)	adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibanding dengan harapannya. Kotler & Keller dalam Tjiptono (2014)	2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2014)	rt
-------------------	---	--	----

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi penelitian dan waktu penelitian

Dalam rangka penelitian ini, peneliti memilih lokasi penelitian di kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Penelitian ini dimulai pada bulan desember 2022 sampai dengan bulan maret 2023.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang dibutuhkan untuk analisa penelitian ini di kumpulkan dari sumber data primer dan skunder dengan ketentuan sebagai berikut.

3.2.1 Data primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2019). Artinya data primer merupakan data yang dikumpul sendiri secara langsung oleh peneliti melalui sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data primer didapatkan dengan menggunakan kuisioner yang diisi oleh responden yang mengetahui dan menggunakan jasa Hunter Gym di Pekanbaru.

3.2.2 Data sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2019). Data skunder adalah data yang sudah ada sebagai hasil penelitian orangn namun perlu di analisis kembali sebagai pelengkap terhadap data primer atau objek yang di teliti. Data ini biasanya diperoleh dari dokumen – dokumen, buku – buku, laporan – laporan atau hasil ilmiah lainnya yang ada kaitannya dengan penelitian



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.

3.3 Teknik pengumpulan data

Dalam upaya untuk mengumpulkan dan memperoleh data yang di butuhkan metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

3.3.1 Kuisisioner (Angket)

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang di lakukan dengan cara memberikan suatu pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner merupakan terknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti mengetahui dengan pasti variable yang akan di ukur dan tahu apa yang dapat di harapkan dari responden (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini peneliti membuat daftar pernyataan / pertanyaan yang berkaitan dengan lokasi, *store atmosphere* dan *maintenance* produk terhadap kepuasan konsumen Hunter Gym Pekanbaru. Kuisisioner dalam penelitian ini menggunakan sala likert, dimana responden diminta menjawab pertanyaan dengan jawaban yang telah ditentukan sebagai berikut:

1. Sangat setuju (SS) diberikan nilai 5
2. Setuju (S) di beri nilai 4
3. Ragu – ragu (R) di beri nilai 3
4. Tidak setuju (TS) diberi nilai 2
5. Sangat tidak setuju (STS) diberi nilai 1

3.3.2 Interview (wawancara)

Interview adalah pertemuan antara dua orang atau lebih untuk saling menukar informasi melalui tanya jawab. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan baik dilakukan secara langsung aupun



menggunakan telpon yang berkaitan dengan konsumen yang mengetahui dan menggunakan jasa Hunter Gum Pekanbaru.

3.4 Populasi dan sampel

3.4.1 Defenisi Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek /subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengetahui dan menggunakan jasa Hunter Gym Pekanbaru.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Karena penelitian ini tidak mengetahui jumlah pasti dari populasi yang akan diteliti. Maka perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Cochran (Sugiyono, 2019).

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ orang}$$

Keterangan:

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.



n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error) 10%

Dari hasil yang diperoleh di atas yaitu 96,04 merupakan bilangan berkoma, maka pada perhitungan yang menghasilkan bilangan berkoma sebaiknya dibulatkan ke bilangan bulat terdekat. Sehingga jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 orang responden.

3.5 Teknik Pengumpulan Sampel

Secara umum teknik pengambilan sampel di bedakan menjadi dua macam, yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. *Probability Sampling* digunakan ketika terdapat peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi yang dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *Nonprobability Sampling* digunakan ketika tidak terdapat peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Penelitian ini mengambil sampel dengan teknik *Accidental Sampling* dalam *Nonprobability Sampling*. *Accidental Sampling* adalah suatu metode penentuan sampel dengan mengambil responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian (Notoatmodjo, 2020). Dalam penelitian ini pertimbangan tersebut berdasarkan karakteristik sebagai berikut:

1. Konsumen Hunter Gym yang sudah menjadi member Hunter Gym Pekanbaru



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.

2. Konsumen Hunter Gym yang menggunakan jasa Hunter Gym Pekanbaru

3.6 Teknik analisis data

Analisis data dalam penelitian kuantitatif disebut sebagai analisis statistik karena dalam mengelola dan menggunakan rumus-rumus statistika. Untuk melihat apakah terdapat pengaruh lokasi, *store atmosphere* dan *maintenance* produk terhadap kepuasan konsumen Hunter Gym Pekanbaru.

3.7 Uji Kualitas Data

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2021).

Kriteria Pengujian Validitas

- a. H_0 diterima apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, (alat ukur yang digunakan valid atau sah)
- b. H_0 ditolak apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$. (alat ukur yang digunakan tidak valid atau sah)

Apabila hasil menunjukkan signifikan maka masing-masing indikator pertanyaan maupun pernyataan adalah valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang bertujuan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Sebuah

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.

kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan atau pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (**Ghozali, 2021**).

Kriteria uji reliabilitas:

- a) Suatu konstruk / variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,70$
- b) Suatu konstruk / variabel dikatakan tidak reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $< 0,70$

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (**Ghozali, 2021**).

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan / atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.8.2 Uji Multikolinieritas

Menurut (Ghozali, 2016) pada pengujian multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent atau variable bebas. Efek dari multikolinieritas ini adalah menyebabkan tingginya variabel pada sampel. Untuk mengetahui apakah pada data penelitian mengandung multikolinieritas atau tidak, dapat didasarkan pada asumsi berikut:

1. Apabila nilai VIF > 10 dan nilai Tolerance < 0.1 , maka data dapat dikatakan mengandung multikolinieritas
2. Apabila nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance > 0.1 , maka data dapat dikatakan tidak mengandung multikolinieritas

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2021). Didalam bukunya Ghozali (2021) menjelaskan salah satu cara untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melakukan uji Glejser. Uji Glejser yaitu meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5% atau $> 0,05$ maka model regresi tidak mengandung adanya Heteroskedastisitas

3.8.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu (times-series)

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

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.

atau ruang (cross section) menurut **Suliyanto (2011)**. Untuk dalam pengujian menggunakan metode Durbin Watson merupakan uji yang sangat populer untuk menguji ada atau tidaknya masalah autokorelasi dari model empiris yang diestimasi.

Tabel 3.1 Kriteria Pengujian Otokorelasi dengan Uji Durbin-Watson

DW	Kesimpulan
< dL	Ada otokorelasi (+)
dL s.d.dU	Tanpa kesimpulan
dU s.d 4 – dU	Tidak ada otokorelasi
4 – dU s.d 4- dL	Tanpa kesimpulan
> 4 – dL	Ada otokorelasi (-)

3.9 Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (**Ghozali, 2016**). Analisis regresi linier berganda dimaksud untuk menganalisis pengaruh dari variable lokasi (X_1), *Store Atmosphere* (X_2), *Maintenance produk* (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y), Formula untuk regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y : Kepuasan Konsumen

α : Konstanta

X_1 : Lokasi

X_2 : *Store Atmosphere*



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.

X_3 : *Maintenance prouk*

B_1 : Koefisien Regresi untuk Variabel Lokasi

B_2 : Koefisien Regresi untuk Variabel *Store Atmosphere*

B_3 : Koefisien Regresi untuk Variabel *Maintenance Produk*

ε : Error

3.10 Uji Hipotesis Penelitian

3.10.1 Uji Parsial () (*t-Test*)

Setelah melakukan uji koefisien regresi secara keseluruhan, maka langkah selanjutnya adalah menghitung koefisien regresi secara individu, dengan menggunakan suatu uji yang dikenal dengan sebutan Uji T. Pada penelitian ini uji T dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variable Lokasi (X_1), *Store Atmosphere* (X_2), *Maintenance Produk* (X_3), Terhadap kepuasan konsumen (Y).

Adapun kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $\text{sig} < \alpha$ maka:
 H_0 ditolak, H_a diterima. Artinya, terdapat pengaruh secara parsial antara Lokasi, *Store Atmosphere* dan *Maintenance Produk Terhadap Kepuasan Konsumen*
- H_0 diterima, H_a ditolak. Artinya, tidak terdapat pengaruh secara parsial antara Lokasi, *Store Atmosphere* dan *Maintenance Produk terhadap kepuasan konsumen.*

3.10.2 Uji Signifikan Simultan (uji F)

Digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel tergantunya. Jika variabel bebas memiliki pengaruh secara

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.

simultan terhadap variabel tergantung maka model persamaan regresi masuk dalam kriteria sesuai atau fit.

Analisa uji F dilakukan dengan membandingkan F hitung dan F tabel. Sebelum membandingkan nilai F, harus ditentukan tingkat kepercayaan $(1-\alpha)$ dan derajat kebebasan (*degree of freedom*) – $n - (k+1)$ agar dapat ditentukan nilai kritisnya.

Adapun nilai α yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05. Dimana kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Jika F hitung > F tabel, atau sig < 0,05 maka terdapat pengaruh X secara simultan terhadap variabel Y.
- Jika F hitung < F tabel, atau sig > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh X secara simultan terhadap variabel Y.

3.10.3 Uji Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin besar kemampuan variabel independen untuk memperhitungkan perubahan variabel dependen.

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menentukan persentase variabel independen yang dapat menjelaskan variabel dependen secara bersama-sama. Nilai koefisien determinasi = 1 yang artinya variabel bebas memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

0	= Tidak Berkorelasi
0,1 - 0,20	= Sangat Rendah
0,21 - 0,40	= Rendah
0,41 - 0,60	= Agak Rendah
0,61 - 0,80	= Cukup
0,81 - 0,99	= Tinggi
1	= Sangat Tinggi



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.

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Sejarah Berdiri Hunter Gym

Saat ini kita mengenal adanya *fitness center* atau lebih populer di kenal dengan pusat kebugaran, baik yang berdiri sendiri ataupun berada dalam bagian sebuah gedung. Hunter gym di dirikan oleh Zefri Wanto yang berasal dari Dumai. Hunter Gym memiliki makna, Hunter yakni pemburu, Hunter Gym bukan hanya membentuk badan agar berotot tetapi juga membentuk para konsumen menjadi kuat layaknya seorang pemburu.

Dalam perencanaan pendirian Hunter Gym ini, ada beberapa faktor yang menjadi pendukung antaralain, pengetahuan yang luas dan mendalam tentang pengelolaan usaha Gym, penguasaan teknis mulai dari pengadaan program latihan, pentarifan, pemeliharaan, sampai manajemen pengelolaan, lokasi, pemahaman terhadap karakteristik pasar dan hususnya perkembangan tren beberapa tahun terakhir.

Hunter gym berdiri pada tahun 2012. Dalam membuka usaha ini memilih kota pekanbaru sebagai lokasi karena kota pekanbaru merupakan salahsatu kota yang banyak menjadi pusat berbagai kegiatan. Lokasi yang di pilih yaitu Jl. Manyar Sakti No.10 Komple panam square, bersebelahan dengan Giant City. Hal ini dikarenakan letaknya yang strategis dan berada di daerah perkotaan yang disekitarnya terdapat lingkungan kampus, perkotaan dan pemukiman masyarakat sehingga menciptakan dua potensi pasar yaitu mahasiswa atau pelajar dan masyarakat umum.

Hunter Gym ini didirikan dengan tujuan, menyediakan fasilitas olahraga yang mudah di jangkau oleh para mahasiswa dan karyawan. Hunter Gym buka setiap hari dari jam 08.00 sampai jam 22.00, kecuali malam ahad tutup dijam 23.00, dan Hunter Gym libur di hari – hari besar, seperti Idul Fitri, Idul Adha, Natal, Waysak, Nyepi, dan perayaan tahunbaru. Hunter Gym juga menyediakan fasilitas seperti loker, handuk kecil, air mineral gratis, dan sepatu, serta peralatan Gym yang lengkap Mulai dari olahraga riangan seperti menggunakan Tretmil dan olahraga berat yang menggunakan peralatan angkat beban.

4.2 Visi Dan Misi Hunter Gym

Visi Hunter Gym adalah “Mengembangkan usaha / bisnis dalam bidang olahraga sehingga menjadi kebutuhan khusus”

Sedangkan Misi Hunter Gym yaitu :

- 1) Menciptakan Masyarakat Peduli kesehatan.
- 2) Menjadikan Hunter Gym sebagai tempat berolahraga yang terbaik dikelasnya.
- 3) Berkembang dan terus meningkatkan pelayanan yang berkualitas.

4.3 Logo Hunter Gym

Adapun Logo Hunter Gym adalah sebagai berikut :

Gambar 4.1 Logo Hunter Gym



sumber : Hunter Gym Pekanbaru 2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

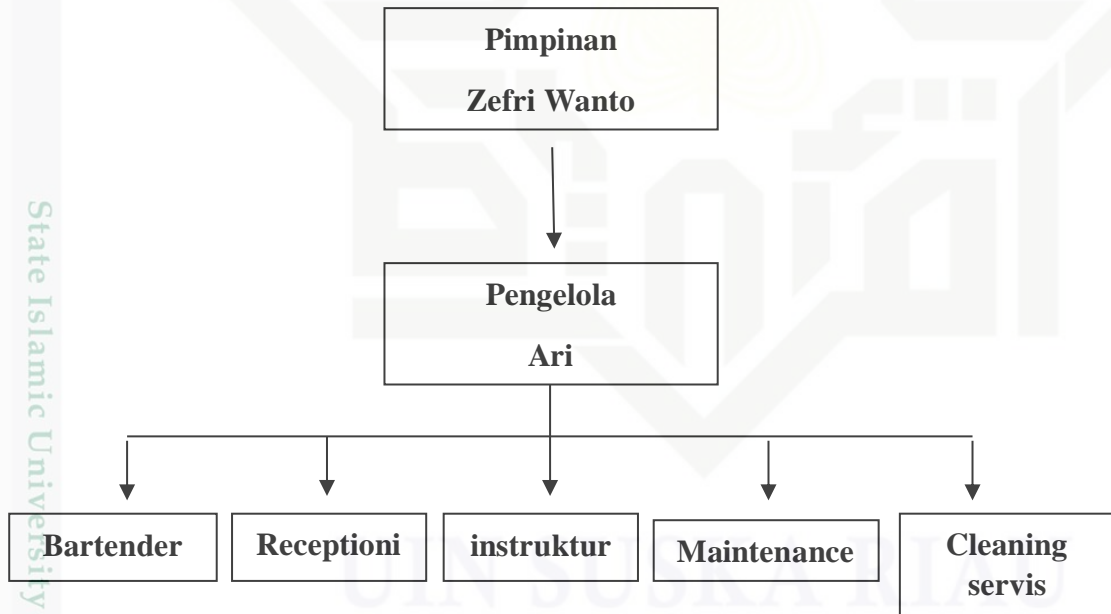
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

4.4 Struktur Organisasi Hunter Gym

Untuk mencapai tujuan perusahaan, banyak program yang mesti di jalankan tentunya yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Pencapaian tujuan juga tidak terlepas dari masalah struktur organisasi, dimana organisasi adalah sekelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu.

Pada setiap pelaksanaan organisasi sangatlah penting dan haruslah diperhatikan. Oleh karena itu, perlu dibuat struktur organisasi yang jelas dan dapat berfungsi secara optimal yang menggambarkan susunan tugas dan tanggung jawab masing-masing. Adapun struktur organisasi pada Hunter Gym Pekanbaru dapat dilihat pada bagan berikut :

Gambar 4.2 Struktur Organisasi Hunter Gym



Sumber : Hunter Gym Pekanbaru 2023

Sistem organisasi sangat diperlukan untuk pengaturan tugas, tanggung jawab, dan wewenang dalam perusahaan. Berikut ini dijabarkan uraian singkat mengenai struktur organisasi di Hunter Gym, yaitu:

1. Pimpinan

Bertanggung jawab atas implementasi kebijakan perusahaan dan memastikan berjalannya peraturan perusahaan serta kesesuaiannya dengan objektif dan strategi perusahaan sesuai target bisnis perusahaan secara menyeluruh

2. Pengelola

Bertanggung jawab atas keuangan perusahaan meliputi pengaturan aliran keuangan perusahaan, keseluruhan kegiatan pemasaran dan penjualan produk-produk perusahaan, menentukan strategi pemasaran dalam pencapaian target member, menetapkan target-target pendapatan, terus membina hubungan baik dengan konsumen, distributor produk dan menerima keluhan dari pelanggan untuk diselesaikan.

3. *Receptionis*

Bertanggung jawab menjawab panggilan telpon, mencatat keuangan dan administrasi, mencatat keperluan produk suplemen, memberikan penjelasan mengenai syarat dan ketentuan yang berlaku kepada member yang baru bergabung.

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.



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

4. *Bartender*

Bertanggung jawab dalam menyediakan / membuat menu makanan dan minuman, menyediakan bahan baku, bertanggung jawab dalam pembuatan resep menu, menjaga kebersihan bar counter, dan memastikan alat-alat yang menggunakan listrik terhubung dengan listrik dan dalam kondisi yang baik

5. *Instruktur*

Bertanggung jawab mengajar, membimbing, mengarahkan, melatih, menilai dan bertanggung jawab atas kesehatan dan keselamatan member atau Konsumen Harian, Memberikan informasi mengenai semua hal yang berhubungan dengan pelatihan fitness, merapihkan fasilitas fitness dan melakukan pengecekan kelengkapan fasilitas fitness, memberikan nasihat dan bimbingan yang tepat, dan tidak menawarkan nasihat melampaui tingkat kualifikasi

6. *Maintenance*

Bertanggung jawab memelihara secara berkala peralatan gym, seperti penambahan pelumas pada peralatan Gym yang bersifat *Machine* dan memperbaiki apabila terjadi masalah pada alat gym.

7. *Cleaning Service*

Bertanggung jawab terhadap lingkungan Gym, membersihkan pralatan gym, Membersihkan dan merapihkan ruangan Gym, membersihkan kaca latihan, dan Mengerjakan tugas tugas umum kebersihan.



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.

BAB VI

PENUTUP

6.1 kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Lokasi *Store Atmosphere* dan *Maintenance* Produk terhadap kepuasan konsumen Hunter Gym Pekanbaru maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel Lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hunter Gym Pekanbaru. hususnya pada pernyataan, Hunter Gym mudah di temukan dan dapat di cari melalui goggle maps, maka dari itu semakin tinggi variabel lokasi di terapkan maka semakin tinggi tngkat kepuasan konsumen, hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh **Darwin lie marisi Butarbutar (2021)**, **Grace aryunitami gultom (2022)**
2. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel *Store Atmosphere* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hunter Gym Pekanbaru. Hususnya pada pernyataan Hunter Gym memiliki design bangunan yang modern, maka dari itu semakin tinggi variabel *Store Atmosphere* di terapkan maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh **Dwi putri dermawan (2019)** **Meta erwita (2022)**
3. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *maintenance* produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hunter

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.

Gym pekanbaru khususnya pada pernyataan alat alat olahraga yang disediakan selalu di cek setiap akhir sesi latihan. , maka dari itu semakin tinggi variabel *maintenance* produk di terapkan maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh **surjaya dan herlambang (2020)**

Berdasarkan hasil dari uji koefisien determinasi R^2 , bahwa variabel kepuasan konsumen dapat di jelaskan oleh lokasi, *Store Atmosphere* dan *Maintenance* produk sebesar 56 % dan sisanya sebesar 43,5% merupakan variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

6.2 Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan berdasarkan hasil penelitian yang telah di laksanakan adalah sebagai berikut :

1. Kepada Hunter Gym agar selalu memperbaharui informasi di sosial media, seperti goggle maps
2. Kepada Hunter Gym agar selalu memperhatikan dan meningkatkan kualitas pencahayaan dan music



DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, M. F. (2017). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian KONSUMEN Pada Giant Cabang PerintisKemerdekaan Kota Makassar*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Anggraini, M. dan R. Maulana. (2016). *Pengaruh Pemeliharaan Mesin Terhadap Kualitas Sepatu Pada Pt. Nikomas Gemilang*. Sains: Jurnal Manajemen dan Bisnis.
- Agus suryajaya , Putu Gede Heni Herlambang (2020) Pengaruh Pelaksanaan Maintenance dan lingkungan Fisik terhadap kepuasan pengguna jasa Ghada Gym Fitness Center di Denpasar Bali.
- Awanda, B. R. (2018). Pengaruh Store Atmosphere dan Lokasi Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Rindang Khatulistiwa Jember. *Repository.Unej.Ac.Id*. <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/87842>
- Departemen Agama RI. (2019). *Al Quran dan Terjemahan*. Bandung: Syamil Cipta Media.
- Firdiyansyah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung. *Jurnal Elektornik*, 1(1), 1–9.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gustiani, Heny; Septayuda, I. (2019). Kualitas Pelayanan dan Lokasi Pemasangan Iklan Media Outdoor dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Seminar Hasil Penelitian FEB*, 201–207. <http://eprints.binadarma.ac.id/4151/1/ArtikelProsidingSeminarHasil.pdf>

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.



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.

- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanafi, M. (2015). Konsep Dasar dan Perkembangan Teori Manajemen. *Managemen*, 1(1), 66. <http://repository.ut.ac.id/4533/1/EKMA4116-M1.pdf>
- Huda, A. S. (2014). Pengaruh Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Toko Elektronik Di PatiAhmad. *Dokumen Tugas Akhir*, 1–12.
- Kasmir. 2012. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kristiana, M., & Muhammad, E. (2017). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 01(01), 113–117.
- Masrul dan Karneli, O. (2017). Pengaruh Store Atmosphere dan Store Location Terhadap Kepuasan Konsumen
- Notoatmodjo, S. (2020). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Patah Abdul Syukur Dan Fahmi Syahbudin. (2017). *Konsep Marketing Mix Syariah*. Jurnal, Sekolah Tinggi Ekonomi Islam SEBI
- Ratnasari, V. A. (2015). The Influence of Store Atmosphere On Hedonic Shopping Value And Impulse Buying (Survey On Consumers Hypermart Malang Town Square). *Journal of Business Administration (JAB)*, 1(1).
- Suarjaya, A. and Putu G. D. Herlambang. "Pengaruh Pelaksanaan Maintenance



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.

dan Lingkungan Fisik terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Ghada Gym dan Fitness Center di Denpasar." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, vol. 6, no. 1, 2020, pp. 109-115, doi:10.47329/jurnal_mbe.v6i1.425

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.

Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.

Tanjung, Agustini. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 5(03), 1-18.

Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. CV Andi Offset.

Tjiptono & Chandra, G. (2011). *Service, Quality, & Satisfaction*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi



LAMPIRAN 1
KUISIONER PENELITIAN

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.



UIN SUSKA RIAU

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.

KUISIONER PENELITIAN

PENGARUH LOKASI, *STORE ATMOSPHERE*, DAN *MAINTENANCE* PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HUNTER GYM PEKANBARU

Kepada

masyarakat yang terhormat

Assalamu'alaikum warahmatullahi Wabarokatuh

Saya Sariputra Faradhillah Mahasiswa jurusan Managemen Fakultas Ekonomi dan ilmu sosial universitas islam Sultan Syarif Kasim Riau. Saat ini sedang melakukan penelitian untuk penulisan skripsi mengenai pengaruh Lokasi, *Store Atmosphere* dan *Maintenance* produk terhadap kepuasan Konsumen Hunter Gym Pekanbaru. Sehubungan dengan itu saya mengharapkan kesediaan Saudara/I untuk mengisi kuisisioner ini secara lengkap dan benar. Semua informasi yang di terima dari kuisisioner ini bersifat rahasia dan digunakan untuk kepentingan akademis.

Atas Partisipasinya saya ucapkan terimakasih

Assalamu'alaikum warahmatullahi abarokatuh

Hormat Saya

Sariputra Fararadhillah



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.

A. Identitas Responden

Petunjuk: Berilah tanda centang (√) pada salah satu pilihan jawaban dan tuliskan jawaban singkat jika jawaban anda tidak tersedia pada pilihan jawaban dalam kuesioner ini.

1. Nama :
2. Umur : Tahun
3. Jenis Kelamin :

<input type="checkbox"/> Laki-Laki	<input type="checkbox"/> Perempuan
------------------------------------	------------------------------------
4. Pekerjaan :

<input type="checkbox"/> Pelajar/Mahasiswa	<input type="checkbox"/> Wirausaha
<input type="checkbox"/> Karyawan Swasta	<input type="checkbox"/> Pegawai Negeri Sipil
<input type="checkbox"/> Ibu Rumah Tangga	<input type="checkbox"/> Tidak/Belum Bekerja
<input type="checkbox"/> Lainnya (.....)	
5. Berapa lama menggunakan jasa Hunter Gym:

<input type="checkbox"/> 1 Bulan	<input type="checkbox"/> Lebih dari 3 Bulan
<input type="checkbox"/> Kurang dari 3 bulan	
6. Berapakah jadwal rutin latihan dalam sebulan

<input type="checkbox"/> 4 kali	<input type="checkbox"/> kurang dari 20 Kali
<input type="checkbox"/> kurang dari 10 kali	<input type="checkbox"/> lebih dari 20 kali
<input type="checkbox"/> lebih dari 10 kali	

B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda centang (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara. Kriteria penilaian:

- SS** : Sangat Setuju
- S** : Setuju
- R** : Ragu-Ragu
- TS** : Tidak Setuju
- STS** : Sangat Tidak Setuju



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.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

A. Lokasi (X1)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Lalulintas di sekitar Hunter Gym mudah di lalui sarana transportasi pribadi dan transportasi umum					
2	Hunter Gym mudah di temukan dan dapat di cari melalui goggle maps					
3	Akses menuju ke Hunter Gym mudah di jangkau					
4	Lokasi di sekitar Hunter Gym banyak Terdapat tempat usaha, penjual Makanan, Minuman, pakaian					
5	Hunter Gym memiliki tempat parkir yang luas, sehingga memudahkan kendaraan untuk di parkirkan.					

B. Store Atmosphere (X2)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Hunter Gym memiliki design bangunan yang modern					
2	Papan Nama yang tertera di depan gedung Hunter Gym terlihat dengan jelas					
3	Peralatan olahraga di Hunter Gym seperti dumbbell, Barbel Bench, Incline Bench, tertata rapi					
4	Musik yang di putar, pencahayaan, dan pengharum ruangan menambah semangat dan kenyamanan saat berolahraga					
5	Hunter Gym menggunakan Lantai Karet sehingga lebih aman dan estetik.					

C. Maintenance Produk

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Alat – alat olahraga di Hunter Gym rutin di bersihkan					
2	Teknisi Hunter Gym rutin melakukan pengecekan terhadap alat – alat olahraga yang ada					
3	Hunter Gym mengganti alat – alat olahraga yang telah using					
4	Alat – alat olahraga di Hunter Gym selalu di cek setiap akhir sesi latihan					
5	Alat – alat di Hunter Gym selalu di tatarapi setiap ahir sesi latihan					

D. Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Alat – alat olahraga yang di sediakan sesuai dengan selera konsumen					
2	Instruktur Hunter Gym membrikan pelatihan kepada member yang membutuhkan bantuan					
3	Fasilitas penunjang seperti musholla dan kamarmandi, tempat cuci tangan dalam keadaan bersih wangi dan baik					
4	Petugas parkir yang selalu merapikan sepeda motor					
5	Receptionis memberikan informasi yang di butuhkan konsumen dan memberikan pelayanan yang baik					

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



LAMPIRAN 2
TABULASI DATA

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.



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.

Lokasi (X1)	Lokasi (X1)					Total
	P1	P2	P3	P4	P5	
	4	4	5	4	4	21
	5	5	5	3	5	23
	4	5	5	5	5	24
	4	4	3	5	2	18
	4	4	4	4	4	20
	4	5	5	4	4	22
	2	3	3	3	4	15
	4	4	3	4	4	19
	4	5	5	4	4	22
	5	3	5	2	5	20
	4	4	5	5	5	23
	3	3	3	5	3	17
	4	4	3	4	4	19
	5	4	1	4	4	18
	4	3	4	1	3	15
	4	4	5	4	4	21
	5	3	4	5	4	21
	3	4	4	4	3	18
	4	4	4	4	4	20
	4	4	4	3	4	19
	4	3	4	4	4	19
	2	4	4	2	4	16
	3	3	3	4	3	16
	4	3	3	3	4	17
	3	3	3	3	5	17
	3	4	3	3	3	16
	3	4	4	4	5	20
	4	4	4	3	4	19
	5	3	3	3	3	17
	5	5	5	5	5	25
	3	3	3	3	3	15
	4	4	4	5	5	22
	4	2	3	2	3	14
	3	4	3	3	3	16
	3	3	4	4	4	18
	2	3	3	3	3	14
	3	3	3	2	2	13
	3	3	2	2	5	15
	4	4	4	2	4	18
	3	2	3	2	3	13

4	3	4	4	4	19
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	2	2	4	2	15
3	3	3	2	2	13
2	2	2	4	3	13
4	4	5	4	4	21
4	4	4	3	3	18
4	3	3	3	3	16
4	4	4	4	4	20
5	2	3	4	4	18
4	4	3	3	3	17
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	4	22
4	5	4	3	3	19
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	4	22
3	4	4	4	4	19
3	5	5	2	4	19
4	5	5	5	4	23
4	3	4	3	3	17
4	5	5	5	4	23
4	3	3	4	4	18
3	4	3	5	4	19
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	4	3	5	5	22
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25

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.

5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	5	3	5	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20

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.

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.

Store Atmosphere (X2)					
P1	P2	P3	P4	P5	Total
P1	P2	P3	P4	P5	Total
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
5	5	3	3	3	19
4	4	4	4	3	19
3	5	5	3	3	19
4	4	3	4	4	19
3	3	3	5	5	19
5	5	4	3	2	19
3	3	3	5	5	19
4	4	4	4	3	19
3	3	3	5	5	19
3	5	4	4	3	19
3	5	4	3	4	19
4	4	3	5	3	19
4	4	4	3	3	18
3	5	4	3	4	19
5	5	3	3	3	19
3	5	3	3	5	19
3	3	3	5	5	19
3	5	5	3	3	19
3	3	5	5	3	19
5	5	5	5	5	25
3	3	4	4	4	18
4	5	5	5	5	25
3	5	5	3	3	19
4	5	4	5	3	21
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15

5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	3	19
4	5	5	5	5	24
4	4	3	4	4	19
3	4	4	3	3	17
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
3	5	5	3	3	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	3	19
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	4	22
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	4	16
3	3	3	3	3	15
4	5	5	4	3	21
5	5	4	5	4	23
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	4	24
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	5	5	4	4	22
4	4	4	5	5	22
5	5	5	4	4	23
5	5	5	5	4	24
4	5	3	4	4	20
4	5	5	5	4	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20

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.

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.

Maintenance Produk (X3)					
P1	P2	P3	P4	P5	Total
5	4	4	4	3	20
4	4	5	5	4	22
4	4	4	4	3	19
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	3	21
3	3	4	3	4	17
5	5	5	5	5	25
3	3	4	4	4	18
5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	4	21
3	3	2	3	3	14
3	4	4	4	4	19
5	5	3	3	4	20
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	4	22
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
3	3	4	4	4	18
3	3	4	4	4	18
3	4	4	3	4	18
3	3	3	3	4	16
3	3	3	3	3	15
4	3	5	5	4	21
3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	4	20
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20

3	3	3	3	3	15
4	5	3	3	3	18
5	5	3	3	3	19
3	3	3	3	3	15
2	2	3	3	3	13
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
5	5	5	4	4	23
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	4	3	3	4	17
5	4	4	4	4	21
5	5	4	4	4	22
4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	4	23
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	4	23
3	3	4	4	4	18
4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	4	22
4	4	4	5	4	21
5	4	4	4	5	22
4	5	5	4	5	23
4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	24
4	4	4	3	3	18
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	4	22
4	5	4	4	4	21
4	4	4	5	4	21
4	3	3	3	3	16
4	4	4	5	4	21
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	4	23
5	5	4	4	5	23
4	4	5	5	5	23
4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	5	25
3	4	5	5	4	21
3	3	2	5	5	18
3	3	3	3	3	15
5	4	3	2	1	15
3	2	4	5	5	19
3	4	5	5	5	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	5	3	2	4	18
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
4	5	3	2	5	19
4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
5	5	5	3	3	21
3	3	3	4	5	18
4	4	4	4	4	20

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

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.

Kepuasan Konsumen (Y)					
P1	P2	P3	P4	P5	Total
4	4	4	4	4	20
5	3	5	5	3	21
3	4	4	4	4	19
5	2	2	4	4	17
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	4	24
2	3	2	2	2	11
5	5	4	5	5	24
4	3	3	4	3	17
5	3	3	3	5	19
4	4	4	4	4	20
3	2	3	3	3	14
4	2	4	4	3	17
4	5	4	4	4	21
3	3	3	3	3	15
5	5	2	3	3	18
4	4	4	3	4	18
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
3	3	4	4	3	17
4	3	3	3	3	16
4	4	4	4	4	20
3	3	2	3	3	14
3	3	3	3	4	16
3	3	2	2	2	12
4	4	3	4	4	19
3	4	4	4	4	19
4	3	3	4	3	17
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
3	3	3	4	3	16
3	3	2	4	3	15

4	4	2	3	2	15
3	3	2	3	3	14
3	5	3	3	3	17
3	5	4	3	3	18
3	5	3	3	3	17
3	2	3	3	2	13
3	3	3	3	3	15
3	3	2	3	2	13
5	4	4	4	5	22
3	3	3	3	3	15
5	5	4	4	4	22
4	4	2	4	4	18
4	4	4	4	4	20
3	3	2	2	2	12
3	3	3	3	3	15
3	3	2	2	3	13
4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	5	22
4	3	5	3	4	19
3	3	4	4	3	17
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	4	22
4	3	4	4	3	18
5	4	5	4	4	22
4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	4	20
5	5	4	3	2	19
5	4	5	4	5	23
4	3	4	4	4	19
5	4	4	4	4	21
4	4	3	3	3	17
3	5	4	3	5	20
4	4	4	4	4	20

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

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.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
4	4	4	4	4	20
5	3	5	4	3	20
4	3	3	4	4	18
5	3	3	3	4	18
4	3	4	3	3	17
4	3	4	5	5	21
4	5	3	4	3	19
3	4	5	5	4	21
5	4	4	5	4	22
4	4	5	4	5	22
5	4	3	5	4	21
4	4	3	4	5	20
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	3	21
4	5	4	3	4	20
4	5	5	5	5	24
5	4	5	5	5	24
5	5	2	4	3	19
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	4	22
5	3	4	4	5	21
4	4	4	4	3	19
5	5	5	5	5	25
4	3	4	5	5	21
4	3	4	5	3	19
3	5	3	5	5	21
4	4	5	5	4	22
4	5	5	5	5	24
3	4	5	5	5	22

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

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.

LAMPIRAN 3

HASIL Uji DATA MENGGUNAKAN SPSS VERSI 25

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.

Tabel 5.8 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Tanda	Standar	Keterangan
Lokasi (X1)	X1.1	0,590	>	0,3	Valid
	X1.2	0,737	>	0,3	Valid
	X1.3	0,690	>	0,3	Valid
	X1.4	0,604	>	0,3	Valid
	X1.5	0,702	>	0,3	Valid
Store Atmosphere (X2)	X2.1	0,739	>	0,3	Valid
	X2.2	0,633	>	0,3	Valid
	X2.3	0,710	>	0,3	Valid
	X2.4	0,719	>	0,3	Valid
	X2.5	0,650	>	0,3	Valid
Maintenance produk (X3)	X3.1	0,666	>	0,3	Valid
	X3.2	0,696	>	0,3	Valid
	X3.3	0,780	>	0,3	Valid
	X3.4	0,672	>	0,3	Valid
	X3.5	0,647	>	0,3	Valid
Kepuasan konsumen (Y)	X4.1	0,569	>	0,3	Valid
	X4.2	0,506	>	0,3	Valid
	X4.3	0,689	>	0,3	Valid
	X4.4	0,714	>	0,3	Valid
	X4.5	0,710	>	0,3	Valid

Sumber : Pengolahan data spss 25 dan hasil penelitian 2023

Tabel 5.9 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronback Alpha	Tanda	Kriteria	Keterangan
Lokasi (X1)	0,850	>	0,6	Reliabel
Store Atmosphere(X2)	0,867	>	0,6	Reliabel
Maintenance Produk (X3)	0,868	>	0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen(Y)	0,834	>	0,6	Reliabel

Sumber : Sumber : Pengolahan data spss 26 dan hasil penelitian 2023

**Tabel 5.10 Hasil Uji Normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov**

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.23313769	
Most Extreme Differences	Absolute	.073	
	Positive	.073	
	Negative	-.063	
Test Statistic		.073	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.660 ^e	
	95% Confidence Interval	Lower Bound	.567
		Upper Bound	.753

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Based on 100 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber : Pengolahan data spss 25 dan hasil penelitian 2023

Tabel 5.11 Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	-.994	2.018		-.493	.623		
Lokasi	.520	.080	.517	6.515	.000	.718	1.392
Store Atmosphere	.225	.076	.206	2.963	.004	.939	1.065
Maintenance Produk	.254	.084	.245	3.040	.003	.700	1.429

a. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Sumber : Pengolahan data spss 25 dan hasil penelitian 2023

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

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.

Tabel 5.12 Hasil uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.549	1.187		2.148	.034
	Lokasi	-.011	.047	-.028	-.231	.818
	<i>Store Atmosphere</i>	.025	.045	.058	.555	.580
	<i>Maintenance Produk</i>	-.054	.049	-.133	-1.104	.272

a. Dependent Variabel: Abs_RES

Sumber : pengolahan data spss 25 dan hasil penelitian 2023

Tabel 5.13 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.752 ^a	.565	.552	2.268	1.969

a. Predictors: (Constant), Lokasi, *Store Atmosphere*, *Maintenance produk*

b. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Sumber : Pengolahan data spss 25 dan hasil penelitian 2023

Tabel 5.14 Hasil Uji Analisa Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.994	2.018		-.493	.623
	Lokasi	.520	.080	.517	6.515	.000
	<i>Store Atmosphere</i>	.225	.076	.206	2.963	.004
	<i>Maintenance Produk</i>	.254	.084	.245	3.040	.003

a. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Sumber : pengolahan data spss 25 dan hasil penelitian 2023

Tabel 5.15 Hasil Uji Parsial (uji T)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		



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

1	(Constant)	-.994	2.018		-.493	.623
	Lokasi	.520	.080	.517	6.515	.000
	Store Atmosphere	.225	.076	.206	2.963	.004
	Maintenance Produk	.254	.084	.245	3.040	.003

a. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen
 Sumber : pengolahan data spss 25 dan hasil penelitian 2023

1. Tabel 5.16 Hasil Uji Simultan (uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	642.007	3	214.002	41.612	.000 ^b
	Residual	493.703	96	5.143		
	Total	1135.710	99			

a. Dependent Variabel: kepuasan Konsumen
 b. Predictors: (Constant), Lokasi Store Atmosphere dan Maintenance Produk
 Sumber : Pengolahan data spss 25 dan Hasil penelitian 2023

Tabel 5.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.752 ^a	.565	.552	2.268

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Store Atmosphere dan Maintenance Produk
 Sumber : Pengolahan data spss 25 dan Hasil penelitian 2023



LAMPIRAN 4
SURAT IZIN RISET

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.



UIN SUSKA RIAU



KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 كلية العلوم الاقتصادية و الاجتماعية
 FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES
 Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.15 Tuahmadani Tampan, Pekanbaru 28298 PO.Box.1004 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail:fekonsos@uin-suska.ac.id

Nomor : B-699/Un.04/F.VII/PP.00.9/1/2023
 Sifat : Biasa
 Lampiran : -
 Hal : Izin Riset

Pekanbaru, 17 Januari 2023 M
 24 Jumadil Akhir 1444 H

Kepada
 Yth. Pimpinan
 Hunter Gym
 Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, disampaikan bahwa salah seorang Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : Sariputra Faradhillah
 NIM. : 11970115071
 Jurusan : Manajemen
 Semester : VII (Tujuh)

bermaksud mengadakan Riset dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul: "Pengaruh Lokasi, Store Atmosphere dan Maintenance Produk terhadap Kepuasan Konsumen Hunter Gym Pekanbaru" Untuk itu kami mohon kiranya Saudara berkenan memberikan bantuan yang diperlukan kepada mahasiswa tersebut.

Demikianlah, atas bantuan dan kerjasama Saudara diucapkan terima kasih.

Dekan,

 Dr. H. Mahyarni, SE, MM
 NIP. 19700826 199903 2 001



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.

BIOGRAFI PENULIS



SARIPUTRA FARADHILLAH HASIBUAN, yang akrab di sapa putra yang lahir di desa sipogu kec.Batang Natal.Kab.Mandailing Natal pada 25 – 09- 2001. Penulis merupakan anak ke empat dari ayahanda Drs.H.Abdul Halim Hasibuan Ma.dan ibunda Dra.Hj. Masrawati Pahutar Ma. Riwayat pendidikan formal yang di tempuh penulis pernah menempuh pendidikan di SDN 275 Sipogu, lalu melanjutkan pendidikan di MtsN 2 Medan, lalu melanjutkan pendidikan di MAN 2 Model Padang Sidempuan selama satu stengah tahun dan beralih pendidikan ke MAN Panyabungan yang sekarang di kenal sebagai MAN 1 Mandailing Natal, selesai di tahun ajaran 2018/2019. Penulis melanjutkan pendidikan di universitas islam negeri sultan syarif kasim riau pada program studi S1 Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran di fakultas ekonomi dan ilmu sosial. Di akhir masa pendidikan penulis melakukan penelitian dengan judul **PENGARUH LOKASI STORE ATMOSPHERE DAN MAINTENANCE PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HUNTER GYM DI PEKANBARU**. Pada tanggal 16 Desember 2022, penulis mengikuti ujian seminar proposal di fakultas ekonomi dan ilmu sosial dan di nyatakan “**LULUS**” dan pada tanggal 26 Juni 2023 Penulis mengikuti ujian munaqasah secara offline dan di nyatakan “**LULUS**” dan layak menyanggah gelar sarjana Ekonomi (SE)

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.