

***PRICE, SERVICE QUALITY DAN STORE ATMOSPHERE***  
**TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA**  
**AYAM GERPEK STAR ONE DI SIULAK**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Disusun Oleh:**

**SYIFAA ANGGRAINI**  
**NPM :1910061201022**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI**  
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**SUNGAI PENUH**  
**2023**

**PRICE, SERVICE QUALITY DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA AYAM  
GEPREK STAR ONE DI SIULAK**

**SYIFAA ANGGRAINI**

*e-mail* : [syifaaanggraini674@gmail.com](mailto:syifaaanggraini674@gmail.com)

Pembimbing Melifia Liantifa, S.P.,M.Si

*e-mail*: [mel.liantifa@gmail.com](mailto:mel.liantifa@gmail.com)

Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji *price*, *service quality* dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada ayam geprek *star one* di Siulak berjumlah 80 responden. Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif, sedangkan teknik analisa yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi. Secara parsial terdapat pengaruh antara *Price* (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Ayam Geprek *Star One* di Siulak dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $2,109 \geq 1,99167$ ) dengan nilai signifikan =  $0,038 < 0,05$ . Dimana besarnya pengaruh *price* terhadap kepuasan pelanggan pada ayam geprek *star one* di Siulak sebesar 6,5%. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Service Quality* (X2) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada ayam geprek *star one* di Siulak dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $4,129 \geq 1,99167$ ) dengan nilai signifikan =  $0,000 < 0,05$ . Dimana besarnya *service quality* terhadap terhadap kepuasan pelanggan pada ayam geprek *star one* di Siulak sebesar 15,3%. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Store Atmosphere* (X3) secara parsial terhadap Kepuasan pelanggan (Y) ayam geprek *star one* di Siulak dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $2,606 \geq 1,99167$ ) dengan nilai signifikan =  $0,011 < 0,05$ . Dimana besarnya *Store Atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada ayam geprek *star one* di Siulak sebesar 10%. Terdapat pengaruh secara simultan antara *price* (X1), *service quality* (X2) dan *store atmosphere* (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) yaitu sebesar 31,8% sedangkan sisanya 68,2% dijelaskan oleh faktor penyebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Price, Service Quality, Store Atmosphere dan Kepuasan Pelanggan*

**PRICE, SERVICE QUALITY AND STORE ATMOSPHERE ON  
CUSTOMER SATISFACTION IN CHICKEN  
GEPREK STAR ONE IN SIULAK**

**SYIFAA ANGGRAINI**

e-mail: [syifaaanggraini674@gmail.com](mailto:syifaaanggraini674@gmail.com)

Supervisor Melifia Liantifa, S.P., M.Si

e-mail: [mel.liantifa@gmail.com](mailto:mel.liantifa@gmail.com)

Study Program Management

Sakti Alam Kerinci School of Economics, Sungai Penuh

**ABSTRACT**

*This study aims to test the price, service quality and store atmosphere on customer satisfaction at star one geprek chicken in Siulak totaling 80 respondents. Collecting data in this study is primary data collected by distributing questionnaires to respondents. This research method uses qualitative methods, while the analysis technique used is multiple linear regression analysis, t test, f test, and test the coefficient of determination. Partially, there is an influence between Price (X1) on customer satisfaction (Y) in star one geprek chicken in Siulak as evidenced by the value of t count  $\geq$  t table ( $2,109 \geq 1,99167$  with a significant value =  $0,038 < 0,05$ . . Where is the magnitude of the effect of price on customer satisfaction in star one geprek chicken in Siulak by 6,5%. There is a positive and significant influence between Service Quality (X2) partially on customer satisfaction (Y) in star one geprek chicken in Siulak as evidenced by the value of t count  $\geq$  t table ( $4,129 \geq 1,99167$ ) with a significant value =  $0.000 < 0,05$ . Where the magnitude of service quality on customer satisfaction in star one geprek chicken in Siulak is 15.3%. There is a partial positive and significant influence between Store Atmosphere (X3) on customer satisfaction (Y) for ayam geprek star one in Siulak as evidenced by the value of t count  $\geq$  t table ( $2,606 \geq 1,99167$ ) with a significant value =  $0,011 < 0,05$  . Where is the magnitude of the Store Atmosphere on customer satisfaction at star one geprek chicken in Siulak by 10%. There is a simultaneous influence between price (X1), service quality (X2) and store atmosphere (X3) on customer satisfaction (Y) which is 31,8% while the remaining 68,2% is explained by other causal factors not examined in this study .*

**Keywords: Price, Service Quality, Store Atmosphere and Customer Satisfaction**