

TESIS

***PENGARUH DIRECT MARKETING, STORE ATMOSPHERE,
LOCATION TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN PADA
CINNAMON COFFEE AND EATERY BANJARBARU***

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Magister (S2)
pada Program Studi Administrasi Bisnis**

Oleh:
MONICA BANJARSARI
NIM 2320420320006



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS
BANJARMASIN**

2025

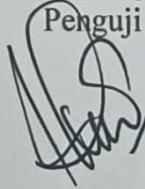
LEMBAR PENGESAHAN TESIS

PENGARUH *DIRECT MARKETING, STORE ATMOSPHERE, LOCATION* TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN PADA CINNAMON COFFEE AND EATERY BANJARBARU

Oleh:
MONICA BANJARSARI
2320420320006

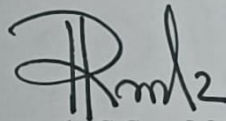
Telah disetujui, diuji dan disahkan, di Banjarmasin sebagai Tesis
Pada Tanggal 14 Juli 2025

Menyetujui,
Penguji I



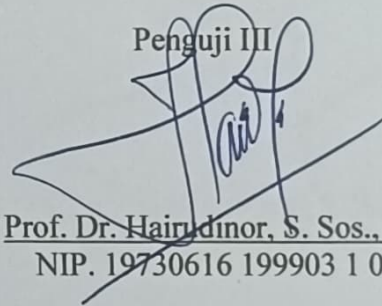
Dr. Setio Utomo., S.Sos, M.AB
NIP. 19760413 200012 1 002

Penguji II



Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
NIP. 19710420 199903 1 001

Penguji III



Prof. Dr. Hairudinor, S. Sos., MM
NIP. 19730616 199903 1 003

Diketahui,

Koordinator

Program Magister Administrasi Bisnis


Prof. Dr. Hairudinor, S. Sos., MM
NIP. 19730616 199903 1 003

Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S. Sos, M.Si
NIP. 19720122 199802 1 001



Hari ini, Selasa, Tanggal: 08, Bulan: Juli, Tahun: Dua Ribu Dua Puluh Lima, Semester Genap tahun 2024/2025, bahwa:

a. Dewan Penguji yang ditugaskan oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, dengan Surat Tugas Nomor: 3737/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 05 Juli 2025.

b. Telah melakukan pengujian tesis atas:

Nama Mahasiswa : Monica Banjarsari
N I M : 2320420320006
Program Studi : Magister Administrasi Bisnis
Waktu Ujian : Mulai, Jam: 10.00 dan Selesai Jam: 12.00 WITA
Tempat : Gedung Pascasarjana Lantai 3 Ruang 305
Nilai : 83, dengan konversi huruf: (A-)
Dinyatakan : (Lulus / Tidak Lulus)


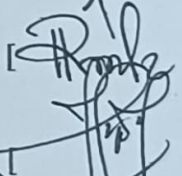

Berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Program Studi Magister Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : Banjarmasin
Pada Tanggal : 08 Juli 2025

Mahasiswa yang diuji,

(Monica Banjarsari)

Dewan Penguji:

1. Penguji I : Dr. Setio Utomo., S.Sos, M.AB []
2. Penguji II : Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si []
3. Penguji III : Prof. Dr. Hairudinor, S.Sos., MM []

Mengetahui:
Koordinator MAB,



Hairudinor, S.Sos., MM

306161999031003

ABSTRAK

Monica Banjarsari, 2320420320006, 2025. Pengaruh *Direct Marketing, Store Atmosphere, Location* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Cinnamon Coffee And Eatery* Banjarbaru. Pembimbing Setio Utomo.

Tujuan dari penelitian ini adalah menguji dan menganalisis pengaruh *Direct Marketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Cinnamon Coffee And Eatery* Banjarbaru, menguji dan menganalisis pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Cinnamon Coffee And Eatery* Banjarbaru, menguji dan menganalisis pengaruh *Location* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Cinnamon Coffee And Eatery* Banjarbaru, menguji dan menganalisis pengaruh secara simultan *direct marketing, store atmosphere*, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada *Cinnamon Coffee and Eatery* Banjarbaru.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berkunjung ke *Cinnamon Coffee And Eatery* Banjarbaru dengan jumlah sampel 100 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran langsung (*direct marketing*) dan suasana toko (*store atmosphere*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di *Cinnamon Coffee and Eatery* Banjarbaru. Sebaliknya, lokasi (*location*) justru memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Meskipun begitu, secara bersama-sama atau parsial, ketiga faktor tersebut yaitu pemasaran langsung, suasana toko, dan lokasi terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: *Direct Marketing, Store Atmosphere, Location*, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Monica Banjarsari, 2320420320006, 2025. *The Influence of Direct Marketing, Store Atmosphere, and Location on Customer Satisfaction at Cinnamon Coffee and Eatery Banjarbaru. Supervisor: Setio Utomo.*

The purpose of this study is to examine and analyze the influence of direct marketing on customer satisfaction at Cinnamon Coffee and Eatery Banjarbaru, to analyze the influence of store atmosphere on customer satisfaction, to analyze the influence of location on customer satisfaction, and to analyze the simultaneous influence of direct marketing, store atmosphere, and location on customer satisfaction at Cinnamon Coffee and Eatery Banjarbaru.

This study employs a quantitative research method using multiple linear regression analysis. Data were collected through the distribution of questionnaires. The population in this study consists of customers who visited Cinnamon Coffee and Eatery Banjarbaru, with a sample of 100 respondents selected using purposive sampling technique.

The results show that direct marketing and store atmosphere have a positive and significant influence on customer satisfaction at Cinnamon Coffee and Eatery Banjarbaru. On the other hand, location has a negative and insignificant influence on customer satisfaction. However, simultaneously or partially, all three variables direct marketing, store atmosphere, and location are proven to have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Direct Marketing, Store Atmosphere, Location, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul “Pengaruh *Direct Marketing, Store Atmosphere, Location* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Cinnamon Coffee And Eatery* Banjarbaru.” sebagai persyaratan memperoleh gelar Magister (S2) pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini dapat terselesaikan karena adanya bantuan dan bimbingan baik secara moral maupun material dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat antara lain:

1. Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat;
2. Prof. Dr. H Budi Suryadi, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat;
3. Prof. Dr. H. Hairudinor, S.Sos., MM. selaku Koordinator Program Magister Administrasi Bisnis FISIP ULM, sekaligus Dosen Penguji II yang turut memberikan ilmu, arahan dan masukan dalam perbaikan penulisan tesis ini agar menjadi lebih baik.

4. Dr. Setio Utomo, S.Sos., M.AB. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan ilmu, arahan, masukan dan saran serta bimbingan dalam perbaikan dan penyelesaian tesis ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik dan lancar.
5. Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Penguji I turut memberikan ilmu, arahan dan masukan dalam perbaikan penulisan tesis ini menjadi lebih baik.
6. Para Dosen Program Studi Magister Administrasi Bisnis FISIP ULM yang membantu penulis selama mengikuti studi.
7. Ayahnda H. Anton Norodom. Z, S.E., M.A.P (Alm) dan Ibunda Hj. Dety Nafsiah, Suamiku H.Mukhlis, S.Sos, Adik kandung Chetya Dwi Mandasari, S.H dan anak-anak tercinta Sheena, Nazril, Nizar yang selalu mendoakan, mendukung dan memotivasi dalam menyelesaikan tesis ini.
8. Seluruh rekan-rekan Mahasiswa angkatan tahun 2023 Program Studi Magister Administrasi Bisnis FISIP ULM yang memberikan dukungannya penulisan tesis
9. Seluruh pihak yang turut membantu dalam penulisan tesis ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT memberikan imbalan atas amal dan segala bantuannya, Aamiin.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga tesis ini bermanfaat bagi pembacanya.

Banjarmasin, Juli 2025
Penulis

Monica Banjarsari

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Tinjauan Teori	16
2.2.1 Produk	16
2.2.2 Harga	17
2.2.3 Tempat	17
2.2.4 Promosi	17
2.3 <i>Direct Marketing</i>	18
2.4 <i>Store Atmosphere</i>	22
2.5 Lokasi	26
2.6 Kepuasan Pelanggan	28
2.7 Pengaruh Antar Variabel	30
2.8 Model Penelitian	33
2.9 Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Pendekatan Penelitian	35
3.2 Desain Penelitian	35
3.3 Lokasi Penelitian	36
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling	36
3.4.1 Populasi	36
3.4.2 Sampel	37
3.5 Definisi Operasional Variabel	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data	55
3.6.1 Data Primer	55
3.6.2 Data Sekunder	56
3.7 Teknik Analisis Data	57
3.7.1 Skala Pengukuran	57
3.7.2 Statistik Deskriptif	58

3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	58
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	60
3.7.4.1 Uji Normalitas.....	60
3.7.4.2 Uji Linearitas	60
3.7.4.3 Uji Multikolinearitas.....	61
3.7.5 Uji Regresi Linear Berganda	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Hasil Penelitian.....	63
4.1.1 Karakteristik Responden.....	63
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	66
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	88
4.3.1 Uji Validitas.....	88
4.3.2 Uji Reliabilitas	91
4.4 Uji Asumsi Klasik	92
4.4.1 Uji Normalitas.....	92
4.4.2 Uji Multikolonieritas.....	93
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	94
4.5 Pengujian Hipotesis	97
4.5.1 Uji Regresi Linear Berganda	97
4.5.2 Uji Parsial (Uji t).....	99
4.5.3 Uji F (Simultan).....	101
4.5.4 Koefisien Determinasi	102
BAB V PEMBAHASAN HASIL	104
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	104
5.2 Implikasi Hasil Penelitian	107
5.3 Keterbatasan Hasil Penelitian.....	114
BAB VI PENUTUP	116
6.1 Kesimpulan.....	116
6.2 Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Kedai Kopi di Banjarbaru tahun 2025	3
Tabel 1. 2 Observasi Awal Pengunjung Cinnamon Coffee and Eatery Banjarbaru – April 2025.....	7
Tabel 2.1 Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	51
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	65
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	66
Tabel 4. 5 Tanggapan terhadap Variabel <i>Direct Marketing</i> (X1).....	67
Tabel 4. 6 Tanggapan terhadap Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X2)	72
Tabel 4. 7 Tanggapan terhadap Variabel <i>Location</i> (X3).....	77
Tabel 4. 8 Tanggapan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	85
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	89
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	91
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	92
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas	94
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	96
Tabel 4. 14 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	97
Tabel 4. 15 Hasil Uji t.....	99
Tabel 4. 16 Hasil Uji f.....	101
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	103
Tabel 4. 18 Tabel Interpretasi Nilai R.....	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	33
Gambar 3. 1 Rumus Pengujian Reliabilitas	59
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heterokedastisitas	95