

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *STORE*
ATMOSPHERE, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG PADA BRAND *BODYTALK* DI MATAHARI
SOLO SQUARE**



Tugas Akhir

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:
Agita Fitriani Ningrum
NIM.22110074

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2026

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tugas Akhir

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *STORE* *ATMOSPHERE*, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP MINAT BERKUNJUNG PADA BRAND BODYTALK DI MATAHARI SOLO SQUARE

Oleh:

Agita Fitrian Ningrum
NIM. 22110074

Disetujui dan dipertahankan di hadapan
Dewan Penguji Tugas Akhir Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 18 Februari 2026
Dosen Pembimbing



Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M.

NUPTK. 025677267313039

PENGESAHAN PENGUJI

Tugas Akhir

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, STORE ATMOSPHERE, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP MINAT BERKUNJUNG PADA BRAND BODYTALK DI MATAHARI SOLO SQUARE

Oleh:

Agita Fitrian Ningrum

NIM. 22110074

Telah diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Tugas Akhir
Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 18 Febuari 2026

Dewan Penguji

Satria Veriansyah Wiguna, S.Sn., M.M. :

Ketua

Muhammad Svihabbudin, S.Hum., M.M. :

Anggota

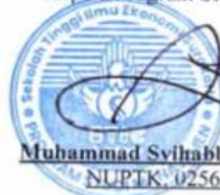


Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta


Aditva Libryan, S.M.B., M.M.
NUPTK. 5438767668131040


Kepala Program Studi S1 Manajemen


Muhammad Svihabbudin, S.Hum., M.M.
NUPTK. 025677267313039


SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: Agita Fitrian Ningrum

NIM: 22110074

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere ,Dan Variasi Produk Terhadap Minat Berkunjung Pada Brand Bodytalk Di Matahari Solo Square adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam Tugas Akhir ini diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan Tugas Akhir dan gelar yang saya peroleh dari Tugas Akhir ini.

Sukoharjo, 18 Febuari 2026

Yang Membuat Pernyataan,


Agita Fitrian Ningrum

MOTTO

Life each day as if it's your last, that was the conventional advice. But really who had energy for that what if it rained or you felt a bit glandy just wasn't practical better by far to be good and courageous and bold to make a difference, not change the world exactly but the bit around you. Cherish your friend, stay true to your principles live passionately and fully and well, experience new things love and be loved.

The one day

Born To Win

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat karunian-Nya lah saya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi.

Hasil dari penelitian ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya yang sudah mendukung saya untuk melanjutkan studi di kampus STIE Surakarta.
2. Kepada diri saya sendiri karena dapat melangkah sejauh ini.
3. Kakak saya Angelia Diyarning Argita yang telah menjadi inspirasi saya dan membuat saya memiliki impian yang tinggi, serta membuat saya sedikit memiliki ambisi dalam hidup.
4. Teman-teman saya yang senantiasa turut mendukung dan membantu saya melakukan penelitian ini.
5. Bapak Muhammad Shihabbudin, S.Hum., M.M. yang telah membimbing dan mengarahkan saya.
6. Seluruh Dosen Program Studi S1 *Managemen* yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada saya.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi.

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere*, dan Variasi Produk Terhadap Brand *BodyTalk* di Matahari Solo Square”

Atas tersusunnya laporan kuliah kerja usaha ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Aditya Liliyan S.M.B., MM selaku Ketua Program Studi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Muhammad Syihabbudin S.Hum., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
3. Muhammad Syihabbudin S.Hum., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Senantiasa selalu mendukung dengan saran serta bimbingan kepada penulis.
4. Seluruh Dosen Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat,
5. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doa.
6. Teman-teman Mahasiswa Studi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta Program Studi S1 Manajemen Bisnis Angkatan 2022.
7. Semua Pihak yang telah membantu dan mendukung terselesaikannya Tugas Akhir Skripsi ini yang tidak dapat penulis sebut satu persatu. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian ini masih banyak kekurangan, Dengan penuh harap semoga hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga memberikan manfaat bagi kita semua.

Surakarta 18 Februari 2026

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI 2

PENGESAHAN SKRIPSI	6
MOTTO	5
PERSEMBAHAN	6
KATA PENGANTAR.....	7
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR TABEL.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	11
ABSTRAK.....	12
ABSTRAC	13
BAB I PENDAHULUAN	14
1.1. Latar Belakang Masalah	14
1.2. Rumusan Masalah.....	21
1.3. Tujuan Penelitian	21
1.4. Manfaat penelitian	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	24
2.1. Landasan Teori.....	24
2.1.1. Kualitas Pelayanan	24
2.1.2. Store Atmosphere.....	27
2.1.3. Variasi Produk	31
2.1.4. Minat Berkunjung	36
2.2. Penelitian Terdahulu.....	38
2.3. Kerangka Konseptual.....	47
2.4. Hipotesis.....	50
2.4.1. Kualitas pelayanan (X1) dan Minat Berkunjung (Y).....	51

2.4.2. Store Atmosphere(X2) dan Minat Berkunjung (Y).....	51
2.4.3. Minat Berkunjung (Y) dan Variasi Produk (X3).....	52
2.4.4. Hubungan Kualitas Pelayanan (X1), Store Atmosphere (X2), dan.....	53
Variasi Produk(X3) Terhadap Minat Bekunjung (Y)	53
BAB III METODE PENELITIAN.....	54
3.1 Objek Penelitian	54
3.2 Sumber dan Jenis Data.....	54
3.2.1 Sumber Data.....	54
3.2.2 Jenis Data	56
3.3 Populasi dan Sampel.....	56
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.5 Definisi Operasional.....	60
3.6 Teknik Analisis data.....	68
3.6.1. Uji Kualitas / Instrumen Data	68
3.6.2. Uji Asumsi Klasik	69
3.6.3. Uji Hipotesis	72
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	75
4.1. Identitas Responden.....	75
4.2. Analisis Data.....	78
4.3. Pembahasan.....	93
BAB V PENUTUP	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	97
5.3 Keterbatasan Penelitian	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	101

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3.1 Skala Likert.....	59
Tabel 3.2 Definisi Operasional	60
Tabel 4.1 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	71
Tabel 4.2 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Domisili	73
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas	75
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	76
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas	77
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinieritas	79
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	81
Tabel 4. 8 Hasil Uji Parameter Individual atau Persial (t)	84
Tabel 4.9 Hasil Uji F	86
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefesien Determinasi (R ²)	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Industri Fashion Indonesia (2017-2023).....	17
Gambar 1.2 Counter Bodytalk Matahari Solo Square (2025).....	15
Gambar 1.3 Estimasi Pertumbuhan Jumlah Outlet BodyTalk (2017-2024)	16
Gambar 1.4 Pengaruh Faktor-faktor terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	17
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	49
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedasitas	80

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere dan Variasi Produk Pada Brand Bodytalk di Matahari Solo Square, 2026.

Industri fashion di Indonesia menunjukkan perkembangan yang signifikan seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat, kemajuan tren mode, serta meningkatnya minat konsumen terhadap produk fashion. Kondisi tersebut menyebabkan persaingan antar pelaku usaha semakin ketat, sehingga perusahaan dituntut untuk tidak hanya menyediakan produk yang berkualitas, tetapi juga meningkatkan kualitas pelayanan, menciptakan suasana toko yang nyaman, serta menawarkan variasi produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan, store atmosphere, dan variasi produk terhadap minat berkunjung konsumen pada brand BodyTalk di Matahari Solo Square. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian mencakup konsumen yang pernah mengunjungi dan melakukan pembelian di gerai BodyTalk Matahari Solo Square. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik accidental sampling dengan jumlah responden sebanyak 95 orang.

Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang telah melalui uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program *SPSS versi 25*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung konsumen. Variasi produk juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung konsumen. Sementara itu, store atmosphere tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung konsumen. Namun secara simultan, kualitas pelayanan, store atmosphere, dan variasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung konsumen pada brand BodyTalk di Matahari Solo Square.

Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan variasi produk merupakan faktor utama dalam meningkatkan minat berkunjung konsumen. Oleh karena itu, pihak pengelola diharapkan dapat terus menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan serta menyediakan variasi produk yang lebih beragam guna menarik minat kunjungan konsumen.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere*, Variasi Produk, Minat Berkunjung

ABSTRAC

Pengaruh Kualitas Pelayanan,Store Atmosphere dan Variasi Produk Pada Brand Bodytalk di Matahari Solo Square,2026.

The Indonesian fashion industry is showing significant growth along with changing lifestyles, advancing fashion trends, and increasing consumer interest in fashion products. This situation has led to increasingly fierce competition among businesses, requiring companies to not only provide quality products but also improve service quality, create a comfortable store atmosphere, and offer a variety of products that meet consumer needs.

This study aims to examine the influence of service quality, store atmosphere, and product variety on consumer visit intention at the BodyTalk brand in Matahari Solo Square. This study used a quantitative approach with a survey method. The study population included consumers who had visited and made purchases at the BodyTalk Matahari Solo Square store. Sampling was conducted using an accidental sampling technique, with 95 respondents.

The research data were collected through questionnaires that had undergone validity and reliability tests. The data were then analyzed using multiple linear regression analysis using SPSS version 25. The results showed that service quality had a positive and significant effect on consumer visit intention. Product variety also had a positive and significant effect on consumer visit intention. Meanwhile, store atmosphere did not have a significant effect on consumer visit intention. However, simultaneously, service quality, store atmosphere, and product variety significantly influenced consumer interest in visiting the BodyTalk brand at Matahari Solo Square.

Based on these findings, it can be concluded that service quality and product variety are the main factors in increasing consumer interest in visiting. Therefore, management is expected to continue to maintain and improve service quality and provide a wider variety of products to attract consumer interest.