



**ANALISIS *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PRODUK, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Kasus Pada Susu Moeria Cafe)**

Oleh :

Dimas Bagus Prakoso

2016-11-329

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2020



**ANALISIS *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PRODUK, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Kasus Pada Susu Moeria Cafe)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
(Strata Satu) S1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh :

Dimas Bagus Prakoso

2016-11-329

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2020**

**ANALISIS STORE ATMOSPHERE, KUALITAS PRODUK, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi Kasus Pada Susu Moeria Kudus)

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 28 Agustus 2020

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing 1



Dina Lusianti, SE., MM., AAK
NIDN. 0630098401

Dr. Drs. Ag. Sunarno H. SH., S.Pd., MM.
NIDN. 0026065516

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing 2



Dr. H. Mochamad Edris., Drs., MM
NIDN. 0618066201

Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM.,
NIDN. 002038001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dimas Bagus Prakoso

Nim : 201611329

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa penelitian skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bebas dari peniruan dari karya orang lain. Kutipan tulisan dan pendapat orang lain ditunjukkan sesuai dengan cara penulisan secara ilmiah yang berlaku.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini terkandung ciri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar aturan, maka saya menerima sanksi atas perbuatan saya.

Kudus, Agustus 2020

Penyusun,

Dimas Bagus Prakoso

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

لِلنَّاسِ أَنْفَعُهُمُ النَّاسِ خَيْرٌ

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain.”

(Hr. Bukhori Muslim)

Persembahan:

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya Ibu Sri Yuliningsih dan Bapak Slamet Raharjo yang senantiasa memberikan kasih sayang, pengorbanan, dukungan dan doa serta kepercayaan menuntut ilmu. Terima kasih atas doa dan nasehat serta motivasi yang tak pernah terputus.
2. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sabar dan ikhlas memberikan ilmunya.
3. Teman-teman seperjuangan angkatan 2016 khususnya: Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemen, terima kasih atas dukungan, canda tawa dan semangat yang kalian berikan untukku selama ini.
4. Almamaterku.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur segala puji bagi Allah SWT segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Analisis *Store Atmosphere*, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi (Susu Moeria Kudus) dengan lancar. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna meraih gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Peneliti menyadari sepenuhnya, tanpa bimbingan dari berbagai pihak, Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik dan benar. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Suparno S.H., M.S., selaku Rektor Universitas Muria Kudus yang telah memberikan kesempatan belajar untuk peneliti
2. Bapak Dr. H. Mochammad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Ibu Dina Lusianti, SE., MM., AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Bapak Dr. Drs. Ag Sunarno H., SH., Spd., MM, selaku dosen pembimbing I yang telah teliti dan sabar memberikan bimbingan, nasehat dan motivasi kepada peneliti.
5. Ibu Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM., selaku dosen pembimbing II yang telah teliti dan memberikan banyak masukan kepada peneliti.

6. Keluarga yang telah meberikan semangat, doa dan dukungan bagi peneliti untuk menyelesaikan pendidikannya.
7. Seluruh responden yaitu pelanggan pada Susu Moeria Kudus.
8. Teman-teman angkatan 2016 atas dukungan dan semangatnya.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir Skripsi ini tidaklah sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun akan diterima dengan senang hati. Penulis berharap semoga Tugas Akhir Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Kudus, Agustus 2020

Peneliti

Dimas Bagus Prakoso
201611329

**ANALISIS *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PRODUK, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi Kasus Pada Susu Moeria Cafe)

Dimas Bagus Prakoso

2016-11-329

Pembimbing 1 : Dr. Drs. Ag Sunarno H., SH., Spd., MM

Pembimbing 2 : Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Kegemaran masyarakat Kudus untuk berkumpul bersama atau hanya sekedar menghabiskan waktu luang mereka di cafe pada hari libur bahkan hari-hari biasa. Hal ini semakin mendukung meningkatnya bisnis cafe, ketepatan strategi yang digunakan merupakan faktor penentu keberhasilan cafe dalam memasarkan produknya, strategi pemasaran sangat diperlukan untuk mendapatkan pelanggan.

Penelitian ini mengambil populasi kepada seluruh pelanggan Susu Moeria, serta sampel sebanyak 125 responden. Analisis data menggunakan teknik sem-amos. Hasil kesimpulan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun *store atmosphere* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil dari penelitian ini juga menyatakan bahwa kepuasan mampu menjadi mediasi antara variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, serta tidak mampu memediasi pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *store atmosphere*, kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

ANALYSIS OF ATMOSPHERE STORE, PRODUCT QUALITY, AND SERVICE QUALITY TO CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATION VARIABLES

(Case Study on Milk of Moeria Cafe)

Dimas Bagus Prakoso

2016-11-329

Adviser 1 : Dr. Drs. Ag Sunarno H., SH., Spd., MM

Adviser 2 : Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSSINESS
STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT

Abstract

The hobby of the Kudus community is to gather together or just spend their free time at the cafe on holidays and even on weekdays. This further supports the increase in cafe business, the accuracy of the strategy used is a determining factor in the success of a cafe in marketing its products, a marketing strategy is needed to get customers.

This study took a population of all Moeria Milk customers, as well as a sample of 125 respondents. Data analysis using Sem-Amos technique. The conclusion is that store atmosphere has a positive and significant effect on customer satisfaction, product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. However, store atmosphere has a negative and insignificant effect on customer loyalty. Product quality has a positive and significant effect on customer loyalty, service quality has a positive and significant effect on customer loyalty. The results of this study also state that satisfaction is able to mediate between the variables of product quality and service quality on customer loyalty, and is unable to mediate the effect of store atmosphere on customer loyalty.

Keywords: store atmosphere, product quality, service quality, customer satisfaction, customer loyalty

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	10
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 <i>Store Atmosphere</i>	14
2.2 Kualitas Produk	15
2.3 Kualitas Pelayanan	16
2.4 Kepuasan Pelanggan	19
2.5 Loyalitas Pelanggan	21
2.6 Penelitian Terdahulu	24
2.7 Pengaruh Antar Variabel	29
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis	36
2.9 Hipotesis	37

BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Rancangan Penelitian	38
3.2 Variabel Penelitian	38
3.3 Jenis dan Sumber Data	42
3.4 Populasi dan Sampel	43
3.5 Pengumpulan Data	44
3.6 Pengolahan Data	46
3.7 Uji Instrumen Penelitian	47
3.8 Analisis Data	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Hasil Penelitian	59
4.2 Pembahasan	95
BAB V PENUTUP.....	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

1.1 Data Jumlah Pelanggan Susu Moeria 2019	6
1.2 Data Keluhan Susu Muria 2019	7
3.1 Tabel Indeks <i>Goodness-Of-Fit</i>	57
4.1 Responden Menurut Usia	60
4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.3 Deskripsi Variabel Store Atmosphere.....	61
4.4 Deskripsi Variabel Kualitas Produk	62
4.5 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan	63
4.6 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan	63
4.7 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan	64
4.8 Uji Validitas Variabel <i>Store Atmosphere</i>	65
4.9 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	66
4.10 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	66
4.11 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	67
4.12 Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	67
4.13 Uji <i>Construct Reliability</i>	68
4.14 Indeks Goodness of fit	77
4.15 Uji Model Goodness Of Fit Variabel Eksogen	80
4.16 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	81
4.17 Uji Model Goodness Of Fit Variabel Endogen	82
4.18 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen	83
4.19 Uji Model Goodness Of Fit Variabel Penelitian	84
4.20 Uji Normalitas	86
4.21 Analisis Outlier	87
4.22 Uji Hipotesis	88

4.23 Hasil Estimasi <i>Direct Effect</i>	91
4.24 Hasil Estimasi <i>Indirect Effect Dan Total Effect</i>	92
4.25 Koefisien Determinasi	94



DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	36
3.1 Diagram Jalur	50
4.1 Diagram Jalur	70
4.1 Konfirmatori Variabel Eksogen	79
4.2 Konfirmatori Variabel Endogen	82
4.3 Pengujian Full Model Sem	84

