



**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, CITRA
PERUSAHAAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (STUDI KASUS PADA
ALFAMART PANJANG KUDUS)**

Oleh :
M RIYADHOL BADI RAMLANI
NIM. 2015-11-214

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

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, CITRA PERUSAHAAN DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PADA ALFAMART PANJANG KUDUS)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2020

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



DINA LUSIANTI, SE, MM, AAK
NIDN. 0630098401

Pembimbing I



Dr. MOKHAMAD ARWANI, SE, MM
NIDN. 0610057804

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



INDAH DWI PRASETYANINGRUM, SE, MM
NIDN. 0022038001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Dengan kembali bertaubat kepada-Nya dan bertakwalah kepada-Nya serta dirikanlah shalat dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang mempersekutukan Allah

(Ar Rumm ayat 31)



Kupersembahkan Kepada :

1. Orangtuaku
2. Sahabat dan Teman-teman
3. Almamaterku

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas semua rahmat dan karunia-Nya yang telah mengizinkan penulis menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir program studi Manajemen Universitas Muria Kudus, dengan judul **PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, CITRA PERUSAHAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA ALFAMART PANJANG KUDUS)**

Penulis sangat merasakan besarnya karunia Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kesabaran di tengah keterbatasan penulis dalam menyusun skripsi ini. Di samping itu bantuan dan dorongan dari berbagai pihak telah memungkinkan selesainya tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat :

1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UMK.
2. Dina Lusianti, SE, MM, AAK, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus serta selaku dosen pembimbing dua yang telah memberikan arahan hingga terselesainya skripsi ini.
3. Dr. Mokhamad Arwani, SE, MM selaku pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.
4. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM, selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.

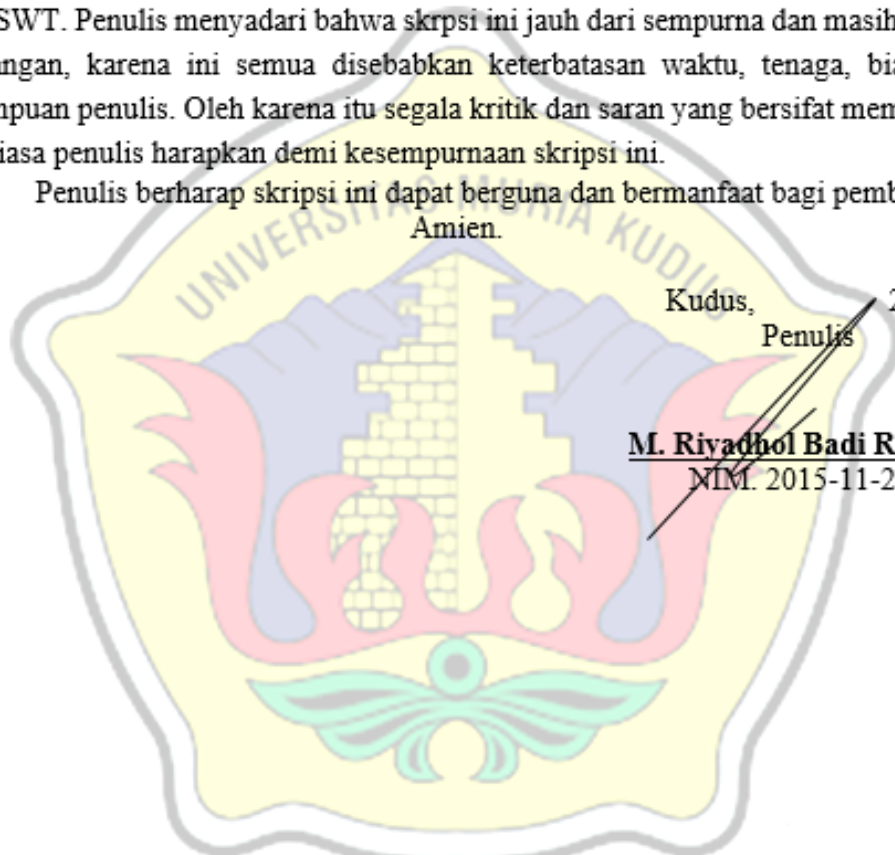
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah menyumbangkan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis dan seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah membantu penulis selama menempuh studi.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang juga banyak memberikan dorongan sumbangan tenaga dan pikiran serta doa, sehingga tersusunnya skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limbahan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan, karena ini semua disebabkan keterbatasan waktu, tenaga, biaya dan kemampuan penulis. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Penulis berharap skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca.
Amien.

Kudus, 2020
Penulis

M. Riyadhol Badi Ramlani
NIM. 2015-11-214



ABSTRAK

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, CITRA PERUSAHAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA ALFAMART PANJANG KUDUS)

M. Riyadhhol Badi Ramlani
NIM. 2015-11-214

Pembimbing I. Dr. MOKHAMAD ARWANI, SE, MM
II. INDAH DWI PRASETYANINGRUM, SE, MM

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *store atmosphere*, citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (studi kasus pada Alfamart Panjang Kudus). Berdasarkan jenis masalah yang diteliti, teknik dan alat yang digunakan di dalam penelitian ini adalah melalui studi kasus yang didukung dengan survei. Populasi adalah seluruh konsumen Alfamart Panjang Kudus. Sampel penelitian ini sebanyak 130 orang. Metode Pengumpulan Data menggunakan kuesioner. Pengolahan Data menggunakan scoring, *Editing*, Tabulasi, Proses Input ke Komputer. Uji Instrumen Data meliputi Uji Validitas dan uji reliabilitas. Analisis data menggunakan uji SEM AMOS versi 23. Hasil analisis menyimpulkan bahwa secara langsung *store atmosphere*, citra perusahaan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. *Total effect* menunjukkan mampu memberikan peningkatan pengaruh langsung. Namun variabel penghubung yakni kepuasan belum mampu menjadi variabel intervening antara variabel eksogen ke endogen dikarenakan nilai *indirect effect* (pengaruh tidak langsung lebih kecil jika dibandingkan *direct effect* (pengaruh langsung)

Kata Kunci : *store atmosphere*, citra perusahaan kualitas pelayanan, loyalitas konsumen, kepuasan konsumen

ABSTRACT

INFLUENCE STORE ATMOSPHERE, CORPORATE IMAGE AND QUALITY OF SERVICE TOWARDS CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS VARIABLE INTERVENING (CASE STUDY ON THE ALFAMART PANJANG KUDUS)

*M. Riyadhhol Badi Ramlani
Nim. 2015-11-214*

*ADVISOR I. Dr. MOKHAMAD ARWANI, SE, MM
II. INDAH DWI PRASETYANINGRUM, SE, MM*

This research aims to analyse the influence of store atmosphere, corporate image and quality of service towards consumer loyalty with customer satisfaction as a variable intervening (case study on the sacred Panjang= Alfamart). Based on the type of problems examined, the techniques and tools used in this study were through case studies supported by surveys. The population is the entire customer of the Kudus Panjang Alfamart. This research samples a total of 130 people. Data collection method using questionnaires. Data processing using scoring, Editing, tabulation, Input process to computer. Data instrument test includes validity test and reliability test. Analysis of data using SEM AMOS version 23 test. The Results of the analysis concluded that directly the store atmosphere, corporate image and quality of service influence the consumer satisfaction and customer loyalty. Total effect shows able to provide increased direct influence. However, the connective variables of contentment are not yet able to be intervening variables between exogenous variables to the endogenous due to indirect effect values (indirect influence is less than direct effect)

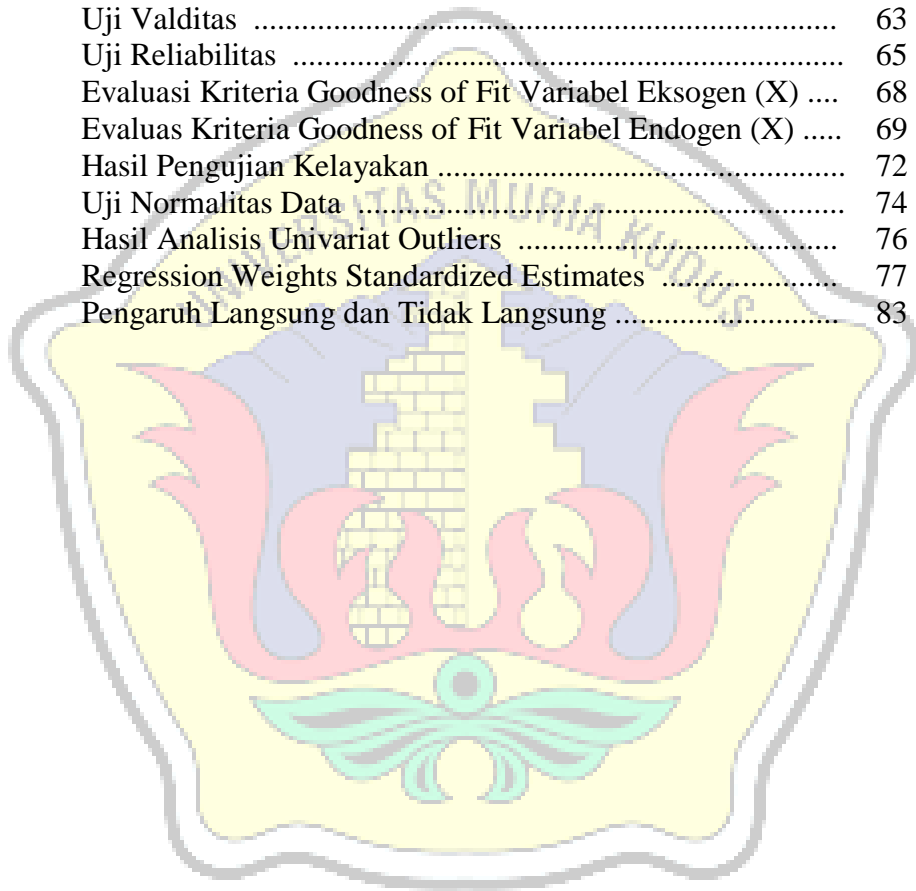
Keywords: store atmosphere, company image quality of service, customer loyalty, consumer satisfaction

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|----------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| MOTTO .DAN PERSEMBAHAN..... | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| RINGKASAN / ABSTRAKSI | vi |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| BAB I. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Ruang Lingkup | 4 |
| 1.3. Perumusan Masalah | 5 |
| 1.4. Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.5. Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA | 7 |
| 2.1. Store Atmosphere | 7 |
| 2.2. Citra Perusahaan | 10 |
| 2.3. Kualitas Pelayanan | 14 |
| 2.4. Kepuasan Konsumen | 19 |
| 2.5. Tingkat Pajak | 24 |
| 2.6. Loyalitas Konsumen | 23 |
| 2.7. Tinjauan Penelitian Terdahulu | 29 |
| 2.8. Kerangka Teoritis | 34 |
| 2.9. Hipotesis | 35 |
| BAB. III. METODE PENELITIAN | 36 |
| 3.1. Rancangan Penelitian | 36 |
| 3.2. Variabel Penelitian | 36 |
| 3.3. Jenis dan Sumber Data | 40 |
| 3.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling | 41 |
| 3.5. Metode Pengumpulan Data | 42 |
| 3.6. Pengolahan Data | 43 |
| 3.7. Uji Instrumen Data | 44 |
| 3.8. Analisis Data | 46 |
| BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN | 31 |
| 4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian | 53 |
| 4.2. Penyajian Data | 57 |
| 4.3. Uji Instrumen Penelitian | 63 |
| 4.4. Analisis Data | 65 |
| BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN | 93 |
| 5.1. Kesimpulan | 93 |
| 5.2. Saran | 95 |
| DAFTAR PUSTAKA | 97 |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|----------------|
| Tabel 4.1. Data Responden | 57 |
| 4.2. Deskripsi Variabel Store Atmosphere (X_1) | 58 |
| 4.3. Deskripsi Variabel Citra Perusahaan (X_2) | 59 |
| 4.4. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X_3) | 60 |
| 4.5. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y_1) | 61 |
| 4.6. Deskripsi Variabel Loyalitas Konsumen (Y_1) | 62 |
| 4.7. Uji Validitas | 63 |
| 4.8. Uji Reliabilitas | 65 |
| 4.9. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Variabel Eksogen (X) | 68 |
| 4.10. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Variabel Endogen (X) | 69 |
| 4.11. Hasil Pengujian Kelayakan | 72 |
| 4.12. Uji Normalitas Data | 74 |
| 4.13. Hasil Analisis Univariat Outliers | 76 |
| 4.14. Regression Weights Standardized Estimates | 77 |
| 4.15. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung | 83 |



DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|----------------|
| Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis | 32 |
| 4.1. Hasil Uji Heteroskedastisitas | 66 |
| 4.2. Hasil Uji Normalitas | 67 |

