



**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS LAYANAN DAN  
KUALITAS MAKANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG YANG DI  
MEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN  
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN RESTORAN ULAM SARI KUDUS)**

Diajukan Oleh :

**DIMAS MAULANA SETYOWIDODO**

201711418

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

**2021**



**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS LAYANAN  
DAN KUALITAS MAKANAN TERHADAP MINAT BELI  
ULANG YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN  
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN RESTORAN ULAM SARI  
KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang

pendidikan Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muria Kudus

Oleh :

Dimas Maulana Setyowidodo

201711418

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**2021**

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS LAYANAN DAN  
KUALITAS MAKANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG YANG DI  
MEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA  
KONSUMEN RESTORAN ULAM SARI KUDUS)**

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

Kudus, Agustus 2021

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

(Dina Lusianti, SE.,MM.,AAk)  
NIDN. 0630098401

Pembimbing I

(Dr. Mokhamad Arwani, SE, MM)  
NIDN.0610057804

Mengetahui

Plt Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II

(Dr. Hj. Salsiyowati, S.H.,C.N)  
NIDN.0605076401

(Agung Subono, SE, M.Si)  
NIDN.0520017602

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto :**

“jika kamu berbuat baik, berarti kamu berbuat baik pada dirimu sendiri”

Qs. Al-Isra’ 07

### **Persembahan :**

1. Allah SWT yang telah melancarkan dan memberikan jalan dalam segala urusan sehingga tugas akhir perkuliahan ini dapat terselesaikan dengan lancar dan baik.
2. Kedua orang tua saya yang telah memberikan pendidikan hingga jenjang pendidikan sarjana dengan ikhlas serta selalu mendoakan dan memberikan dukungan yang penuh untuk pendidikan saya di manapun tempatnya.
3. Sehebat-hebatnya baikku yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu
4. Almamater Universitas Muria Kudus

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat karunia dan berkahnya sehingga peneliti mendapat bimbingan dan kemudahan dalam menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere* Kualitas Layanan dan Kualitas Makanan Terhadap Minat Beli Ulang Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Restoran Ulam Sari Kudus)”. Skripsi ini merupakan Syarat akademis dalam menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria kudus.

Dalam penulisan skripsi ini peneliti banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof.Dr.Ir.Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus Yang telah memberikan kesempatan belajar untuk peneliti.
2. Dr. Drs.H.M. Zainuri., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Dina Lusianti, SE., MM., AAK, selalu Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Mokhamad Arwani, MM selaku dosen pembimbing I yang telah teliti dan sabar memberikan bimbingan, nasihat dan motivasi kepada peneliti.
5. Agung Subno SE, M.Si, selaku pembimbing II yang telah teliti dan memberikan banyak masukan kepada peneliti.

6. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan banyak ilmunya kepada penulis.
7. Restoran Ulam Sari Kudus sebagai penelitian penulis.
8. Keluarga yang telah memberi doa, dukungan, semangat, kepercayaan dan dorongan berupa motivasi bagi peneliti untuk menyelesaikan kuliah tepat pada waktunya.
9. Teman-taman angkatan 2017 atas dukungan dan semangatnya.
10. Semua pihak yang telah banyak membantu peneliti dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun penyusun diharapkan untuk penyempuranaan skripsi ini.

Semoga semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini dilancarkan semua urusannya.

Kudus,.....Juni 2021

Penelitian

**Dimas Maulana Setyowidodo**  
201711418

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE KUALITAS LAYANAN DAN  
KUALITAS MAKANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG YANG DI  
MEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA  
KONSUMEN RESTORAN ULAM SARI KUDUS)**

Dimas Maulana Setyowidodo

2017-11-418

Pembimbing 1: Dr. Mokhamad Arwani, SE., MM

2: Agung Subono, SE. M.Si.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *store atmosphere* kualitas layanan dan kualitas makanan terhadap minat beli ulang yang di mediasi oleh kepuasan konsumen (studi kasus pada konsumen restoran ulam sari kudus). Sempel penelitian ini sebanyak 120 responden dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Uji penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data menggunakan teknis SEM AMOS. Pengumpulan data diperoleh dari metode kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. *Store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

**Kata Kunci :** *store atmosphere*, kualitas layanan, kualitas makanan, kepuasan konsumen, minat beli ulang.

**THE EFFECT OF STORE ATMOSPHERE QUALITY OF SERVICE AND  
FOOD QUALITY ON REPURCHASING INTEREST IN MEDIATION BY  
CONSUMER SATISFACTION (CASE STUDY ON CONSUMERS OF  
ULAM SARI KUDUS RESTAURANT)**

Dimas Maulana Setyowidodo

201711418

Pembimbing 1 : Dr. Mokhamad Arwani, SE., MM

2: Agung Subono, SE. M.Si.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRACTION**

This study aims to examine the effect of store atmosphere service quality and food quality on consumer satisfaction mediated by repurchase interest (a case study at the Ulam Sari Kudus restaurant). The sample of this research is 120 respondents with sampling using purposive sampling technique. This research test uses validity and reliability tests. Data analysis using AMOS SEM technical. Data collection was obtained from the questionnaire method. The results of this study indicate that the store atmosphere has a positive and significant effect on consumer satisfaction. Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Food quality has a positive and significant impact on repurchase intention. Store atmosphere has a positive and significant effect on repurchase interest. Service quality has a positive and significant effect on repurchase interest. Food quality has a positive and significant effect on repurchase intention. Consumer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase intention.

Keywords: store atmosphere, service quality, food quality, customer satisfaction, repurchase interest.

## DAFTAR ISI

|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| HALAMAN JUDUL .....               | i   |
| HALAMAN PENGESAHAN .....          | ii  |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....       | iii |
| KATA PENGANTAR .....              | iv  |
| ABSTRAK .....                     | vi  |
| ABSTRACTION .....                 | vii |
| DAFTAR ISI .....                  | vii |
| BAB I PENDAHULUAN .....           | 1   |
| 1.1 Latar Belakang .....          | 1   |
| 1.2 Ruang Lingkup .....           | 9   |
| 1.3 Rumusan Masalah .....         | 10  |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....       | 11  |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....      | 11  |
| 1.5.1 Manfaat teoritis .....      | 12  |
| 1.5.2 Manfaat Praktis .....       | 12  |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....     | 13  |
| 2.1 <i>Store Atmosphere</i> ..... | 13  |
| 2.2 Kualitas Layanan .....        | 16  |
| 2.3 Kualitas Makanan .....        | 19  |
| 2.4 Kepuasan Konsumen .....       | 22  |
| 2.5 Minat Beli Ulang .....        | 26  |
| 2.6 Pengaruh Antar Variabel ..... | 29  |
| 2.7 Penelitian Terdahulu .....    | 34  |
| 2.8 Kerangka Pikir Teoretis ..... | 37  |
| 2.9 Hipotesis .....               | 38  |

|   |    |
|---|----|
| BAB III METODE PENELITIAN .....   | 39 |
| 3.1 Rancangan Penelitian .....  | 39 |
| 3.2 Definisi Operasional Variabel .....   | 39 |
| 3.2.1 Variabel Penelitian .....   | 39 |
| 3.2.2 Operasional Variabel .....  | 40 |
| 3.3 Sumber Data.....  | 43 |
| 3.4 Populasi dan Sampel .....   | 43 |
| 3.5 Pengumpulan Data .....  | 45 |
| 3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....  | 46 |
| 3.7 Pengolahan Data .....   | 49 |
| 3.8 Analisis Data .....   | 49 |
| 3.9 Uji Hipotesis .....   | 58 |
| 3.10 Uji Mediasi .....  | 58 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....   | 60 |
| 4.1 Gambaran Umum .....   | 60 |
| 4.2 Penyajian Data .....  | 60 |
| 4.2.1 Deskripsi Responden .....   | 60 |
| 4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel .....                               | 61 |
| 4.3 Uji Instrumen .....   | 66 |
| 4.4 Analisis Data .....   | 67 |
| 4.4.1 Evaluasi atas Asumi-asumsi SEM .....                                      | 67 |
| 4.4.2 Analisis faktor konfirmatori ( <i>Confirmatory Factor Analysis</i> ) ..   | 69 |
| 4.4.3 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) atau Full Model ..... | 74 |
| 4.4.4 Uji Kausalitas (Regression Weight) .....                                  | 75 |
| 4.4.5 Pengaruh Hipotesis .....  | 78 |

|   |    |
|---|----|
| 4.5 Pembahasan .....  | 83 |
| 4.5.1 Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen .    | 83 |
| 4.5.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen ...  | 84 |
| 4.5.3 Pengaruh Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Konsumen ..   | 85 |
| 4.5.4 Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Ulang ..... | 86 |
| 4.5.5 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang ..... | 87 |
| 4.5.6 Pengaruh Kualitas Makanan terhadap Minat Beli Ulang ..... | 88 |
| 4.5.7 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang .... | 89 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....                                | 91 |
| 5.1 Kesimpulan .....  | 91 |
| 5.2 Saran .....   | 92 |
| DAFTAR PUSTAKA  |    |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1.1 Laporan Penjualan Restoran Ulam Sari Kudus.....  | 7  |
| Tabel 4.1 Distribusi Jenis Kelamin Responden .....   | 64 |
| Tabel 4.2 Distribusi Pendidikan Terakhir .....   | 65 |
| Tabel 4.3 Frekuensi Variabel <i>Store Atmosphere</i> .....   | 66 |
| Tabel 4.4 Frekuensi Variabel Kualitas Layanan .....  | 67 |
| Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Kualitas Makanan .....  | 68 |
| Tabel 4.6 Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen .....   | 68 |
| Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Minat Beli Ulang .....  | 69 |
| Tabel 4.8 Uji Validitas dan Reliabilitas .....   | 70 |
| Tabel 4.9 Uji Normalitas Data .....  | 71 |
| Tabel 4.10 Uji <i>Outliers</i> .....   | 72 |
| Tabel 4.11 Evaluasi Kriteria <i>Goodnes Of Fit Indices</i> Variabel Eksogen .....                    | 73 |
| Tabel 4.12 <i>Loading Factors</i> ( $\lambda$ ) Pengukuran Variabel Eksogen .....                    | 74 |
| Tabel 4.13 Evaluasi Kriteria <i>Goodness Of Fit Indices</i> Variabel Endogen (Y) .....               | 75 |
| Tabel 4.14 <i>Loading Factorrs</i> ( $\lambda$ ) Pengukuran Variabel Endogen (Y) .....               | 76 |
| Tabel 4.15 Pengajuan Kesesuaian Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) .....            | 78 |
| Tabel 4.16 Hasil Estimasi <i>Standardized Regression Weight</i> Parameter <i>Direct Effect</i> ..... | 79 |
| Tabel 4.17 Koefisien Determinasi ( <i>Squared Multiple Correlation</i> ) .....                       | 80 |
| Tabel 4.18 Hasil Estimasi Parameter Pengaruh Langsung antar Variabel Berdasarkan Model SEM .....     | 81 |
| Tabel 4.19 Besar <i>Total Effect</i> .....   | 84 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|  |    |
|--|----|
| Gambar 2.1 Model Kepuasan/ketidak puasan pelanggan .....             | 28 |
| Gambar 2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis .....                         | 41 |
| Gambar 4.1 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) ..... | 77 |



## **DAFTAR LAMPIRAN**

|   |     |
|---|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....           | 101 |
| Lampiran 2 Data Hasil Kuesioner .....           | 109 |
| Lampiran 3 Frekuensi Data .....                 | 114 |
| Lampiran 4 Uji Validitas Dan Reliabilitas ..... | 125 |
| Lampiran 5 Analisis Data .....                  | 129 |

