



**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS MAKANAN,  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NIAT BELI ULANG  
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN TAMAN KOPI  
RESTO MAYONG JEPARA)**

Oleh:

**RISALATUL WAKHIDAH**

NIM. 201711134

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

**TAHUN 2022**



**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS MAKANAN,  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NIAT BELI ULANG  
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN TAMAN KOPI  
RESTO MAYONG JEPARA)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk menyelesaikan jenjang pendidikan

Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muria Kudus

Oleh:

**RISALATUL WAKHIDAH**

NIM. 201711134

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2022**

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS MAKANAN,  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN  
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDI PADA KONSUMEN TAMAN KOPI RESTO MAYONG JEPARA)**

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

Kudus, 23 Februari 2022

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.)  
NIDN. 0628048702

Pembimbing I

(Sutono, S.E., M.M., Ph.D)  
NIDN 0626017003

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.)  
NIDN. 0616077304

Pembimbing II

(Agung Subono, S.E., M.Si)  
NIDN 0520017602

## MOTTO DAN PEMBAHASAN

Motto:

“Sesungguhnya setiap kesulitan itu ada kemudahan”

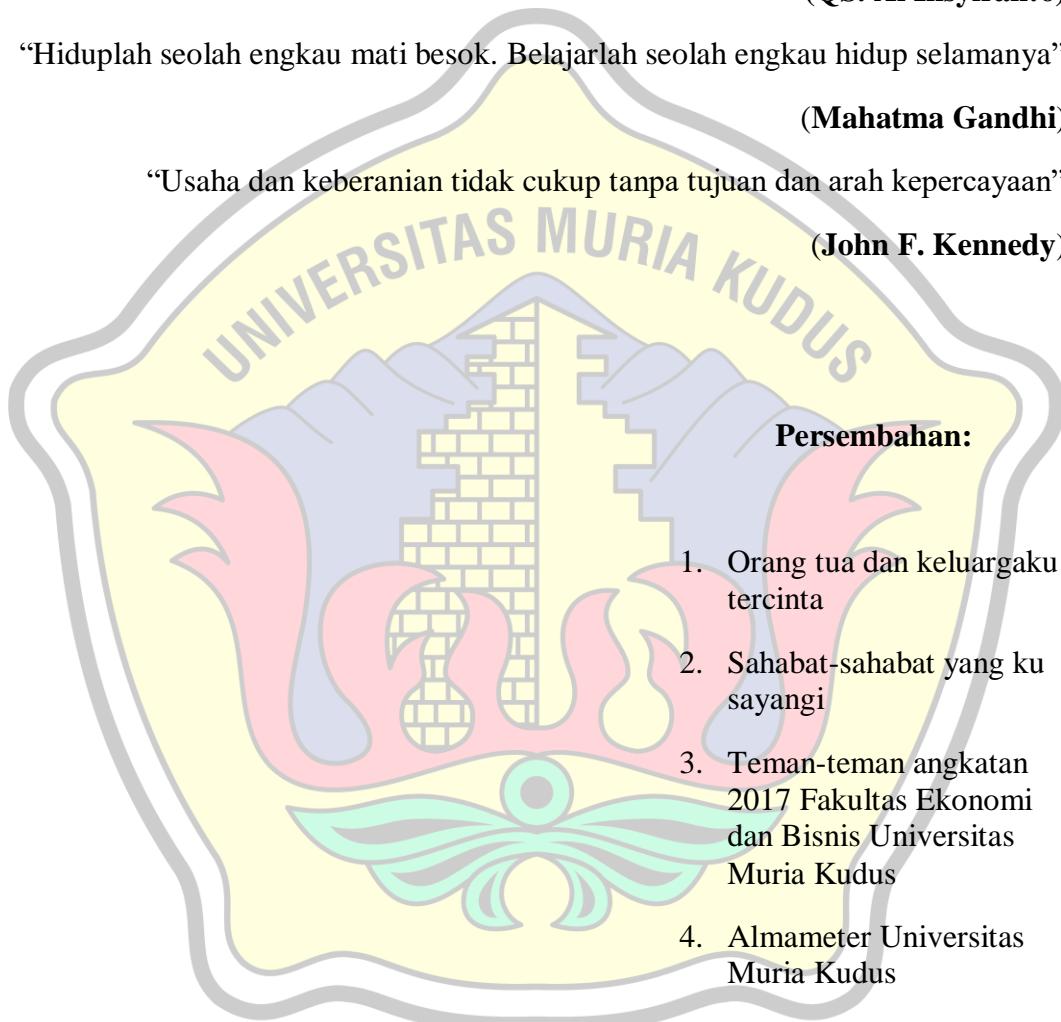
(QS. Al Insyirah:6)

“Hiduplah seolah engkau mati besok. Belajarlah seolah engkau hidup selamanya”

(Mahatma Gandhi)

“Usaha dan keberanian tidak cukup tanpa tujuan dan arah kepercayaan”

(John F. Kennedy)



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat, taufiq serta hidayahNya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Taman Kopi Resto Mayong Jepara)”**. Penulisan skripsi ini disusun guna memenuhi syarat akademis untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) Universitas Muria Kudus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Konsentrasi Manajemen Pemasaran. Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, tugas akhir skripsi ini tidak akan bisa terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
  2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
  3. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
  4. Sutono, SE. MM, Ph.D., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia memberikan bimbingan dan konsultasi dalam penyusunan skripsi ini.
- Penulis ucapan terimakasih sebanyak-banyaknya.

5. Agung Subono, SE, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia memberikan bimbingan dan konsultasi dalam penyusunan skripsi ini. Penulis ucapan terimakasih sebanyak-banyaknya.
6. Seluruh Dosen pengajar Terimakasih atas ilmu, bantuan pelayanan dan kerjasamanya selama penulis berkuliahan di Universitas Muria Kudus.
7. Seluruh keluarga besar penulis. Terimakasih atas do'a dan dukungannya.
8. Seluruh teman angkatan 2017. Terimakasih atas dukungan, bantuan dan motivasinya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidaklah sempurna, sehingga kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak masih diperlukan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan pengetahuan bagi para pembaca dan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Kudus, Februari 2022

Penulis

Risalatul Wakhidah

## **ABSTRAKSI**

### **PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS MAKANAN, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN TAMAN KOPI RESTO MAYONG JEPARA)**

**Risalatul Wakhidah  
NIM. 2017-11-134**

Dosen Pembimbing : 1. Sutono, SE. MM, Ph.D.  
2. Agung Subono, SE, M.Si.

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

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap niat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan dua variabel endogen yaitu niat beli ulang dan tiga variabel eksogen yaitu *store atmosphere*, kualitas makanan dan kualitas pelayanan. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode kuesioner. Penelitian ini menggunakan sampel yang terdiri dari 200 responden dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dioperasikan melalui program AMOS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang, kualitas makanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap niat beli ulang, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang, *store atmosphere* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas makanan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang. Kepuasan pelanggan tidak mampu memediasi pengaruh *store atmosphere*, kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap niat beli ulang.

**Kata Kunci :** *store atmosphere*, kualitas makanan, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan niat beli ulang.

## **ABSTRACT**

**THE EFFECT OF STORE ATMOSPHERE, FOOD QUALITY, QUALITY OF SERVICE ON REPURCHASING INTENTION WITH CUSTOMER SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLES  
(STUDY ON CONSUMERS OF TAMAN COFFEE RESTO MAYONG JEPARA)**

**Risalatul Wakhidah**

**NIM. 2017-11-134**

Dosen Pembimbing : 1. Sutono, SE. MM, Ph.D.  
2. Agung Subono, SE, M.Si.

**MURIA KUDUS UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDY PROGRAM OF  
MANAGEMENT**

*This study aims to determine the effect of store atmosphere, food quality and service quality on repurchase intentions with customer satisfaction as an intervening variable. This study uses two endogenous variables, namely repurchase intentions and three exogenous variables, namely store atmosphere, food quality and service quality. The data collection used in this research is the questionnaire method. This study used a sample consisting of 200 respondents with purposive sampling technique. Analysis of the data used is Structural Equation Modeling (SEM) which is operated through the AMOS program.*

*The results showed that store atmosphere and food quality had a positive and effect on repurchase intentions, product quality had a positive and insignificant effect on repurchase intentions, service quality had a positive and significant effect on repurchase intentions, store atmosphere had a positive and insignificant effect on customer satisfaction, food quality and service quality had a positive and significant effect. on customer satisfaction, customer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase intentions. Customer satisfaction is not able to mediate the influence of store atmosphere, food quality and service quality on repurchase intentions.*

**Keywords:** *store atmosphere, food quality, service quality, customer satisfaction and repurchase intention.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
MOTTO DAN PEMBAHASAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAKSI .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	10
1.3. Perumusan Masalah .....	11
1.4. Tujuan Penelitian .....	12
1.5. Manfaat Penelitian .....	13
1.5.1. Manfaat Teoritis .....	13
1.5.2. Manfaat Praktis .....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	14
2.1. Landasan Teori .....	14
2.1.1. Niat Beli Ulang .....	14
2.1.2. Kepuasan Pelanggan .....	18
2.1.3. <i>Store Atmosphere</i> .....	20
2.1.4. Kualitas Makanan .....	26
2.1.5. Kualitas Pelayanan .....	28
2.2. Pengaruh Antar Variabel .....	31
2.2.1. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Niat Beli Ulang .....	31
2.2.2. Pengaruh Kualitas Makanan terhadap Niat Beli Ulang .....	32
2.2.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Niat Beli Ulang .....	33

2.2.4. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Kepuasan Pelanggan .....	34
2.2.5. Pengaruh Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	35
2.2.6. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	36
2.2.7. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Niat Beli Ulang .....	37
2.3. Peneliti Terdahulu.....	38
2.4. Kerangka Pemikiran .....	43
2.5. Hipotesis.....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1. Rancangan Penelitian.....	46
3.2. Variabel Penelitian.....	46
3.2.1. Variabel Eksogen.....	46
3.2.2. Variabel Intervening .....	46
3.2.3. Variabel Endogen .....	47
3.3. Definisi Operasional Variabel .....	47
3.3.1. Store Atmosphere ( <i>X</i> 1) .....	47
3.3.2. Kualitas Makanan ( <i>X</i> 2).....	48
3.3.3. Kualitas Pelayanan ( <i>X</i> 3) .....	48
3.3.4. Kepuasan Pelanggan ( <i>Y</i> 1).....	48
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	49
3.4.1. Jenis Data .....	49
3.4.2. Sumber Data.....	50
3.5. Populasi dan Sampel.....	50
3.5.1. Populasi.....	50
3.5.2. Sampel.....	50
3.6. Pengumpulan Data.....	51
3.8. Pengolahan Data .....	53
3.9. Analisis Data .....	54
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>61</b>
4.1. Gambaran Objek Penelitian .....	61
4.2. Hasil Penelitian.....	61
4.2.1. Deskripsi Responden .....	61

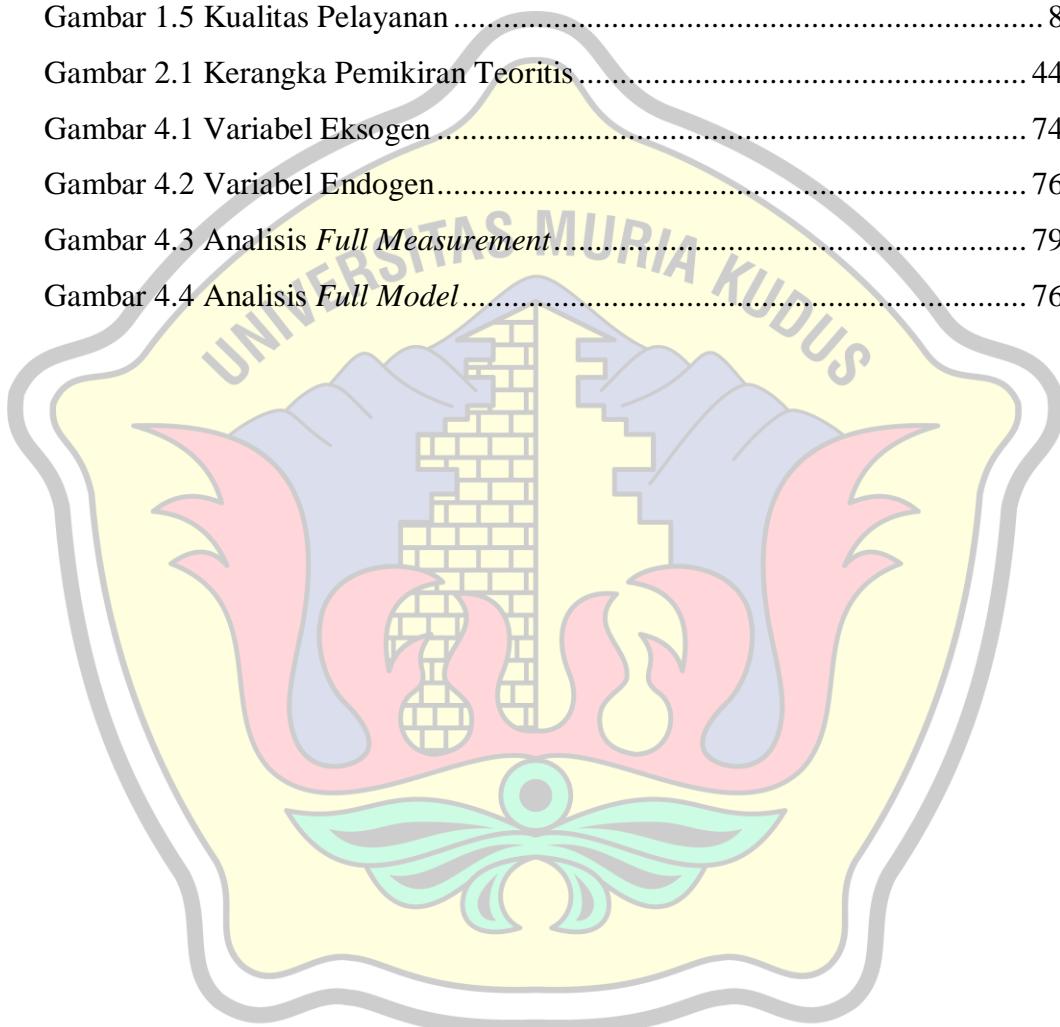
4.2.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel .....	63
4.3. Uji Instrumen Penelitian .....	67
4.4. Analisis Data .....	69
4.4.1. Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM .....	69
4.4.2. Analisis Faktor Konfirmatori ( <i>Confirmatory Factor Analysis</i> ) .....	72
4.4.3. Uji Kausalitas ( <i>Regression Weight</i> ).....	78
4.4.4. Pengujian Hipotesis .....	81
4.5. Pembahasan .....	86
4.5.1. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Niat Beli Ulang.....	86
4.5.2. Pengaruh Kualitas Makanan terhadap Niat Beli Ulang .....	88
4.5.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Niat Beli Ulang .....	89
4.5.4. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	91
4.5.5. Pengaruh Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	92
4.5.6. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	94
4.5.7. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Beli Ulang .....	95
4.5.8. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan .....	97
4.5.9. Pengaruh Kualitas Makanan terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan .....	98
4.5.10. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan .....	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	102
5.1. Kesimpulan.....	102
5.2. Saran .....	104
5.2.1. Bagi Taman Kopi Resto Mayong Jepara .....	104
5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya .....	105
DAFTAR PUSTAKA .....	107
LAMPIRAN .....	112

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kriteria <i>Goodness Of Fit</i> .....	60
Tabel 4.1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	62
Tabel 4.2 Deskripsi Umur Responden .....	63
Tabel 4.3 Deskripsi Frekuensi Berkunjung Responden .....	63
Tabel 4.4 Frekuensi Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X1) .....	64
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Kualitas Makanan (X2).....	65
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X3) .....	66
Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y1).....	67
Tabel 4.8 Frekuensi Variabel Niat Beli Ulang (Y2) .....	68
Tabel 4.9 Hasil Pengujian <i>Contract Reliability</i> dan <i>Variance Extracted</i> .....	69
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Diskriminant Validity</i> .....	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Data .....	71
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Outliers</i> .....	72
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> Keseluruhan Variabel Eksogen .....	74
Tabel 4.14 Pengukuran Variabel Eksogen.....	75
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> Keseluruhan Variabel Endogen.....	77
Tabel 4.16 Pengukuran Variabel Ensogen.....	78
Tabel 4.17 Pengujian Kesesuaian Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> ....	81
Tabel 4.18 Hasil Estimasi <i>Standardized Regression Weight Parameter Direct Effect</i> .....	75
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi ( <i>Squared Multiple Correlation</i> ) .....	84
Tabel 4.20 Hasil Estimasi Parameter Pengaruh Langsung antar Variabel Berdasarkan model SEM .....	85
Tabel 4.21 Besar <i>Total Effect</i> .....	88

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Niat Beli Ulang Konsumen.....	4
Gambar 1.2 Kepuasan Konsumen.....	4
Gambar 1.3 <i>Store Atmosphere</i> .....	6
Gambar 1.4 Kualitas Makanan .....	7
Gambar 1.5 Kualitas Pelayanan .....	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	44
Gambar 4.1 Variabel Eksogen .....	74
Gambar 4.2 Variabel Endogen.....	76
Gambar 4.3 Analisis <i>Full Measurement</i> .....	79
Gambar 4.4 Analisis <i>Full Model</i> .....	76



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	115
Lampiran 2 Surat Penelitian .....	121
Lampiran 3 Hasil Jawaban Kuesioner Penelitian .....	123
Lampiran 4 Frekuensi Data.....	128
Lampiran 5 Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	138
Lampiran 6 Hasil Output AMOS Sebelum Perbaikan Model .....	141
Lampiran 7 Hasil Output AMOS Setelah Perbaikan Model .....	145

