



**ANALISIS PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, CITRA PERUSAHAAN
DAN *SERVICESCAPE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA SWALAYAN ADA KUDUS.**

Oleh :

Putri Diah Ayu Larasati

NIM. 2017-11-499

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2021



**ANALISIS PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, CITRA PERUSAHAAN
DAN *SERVICESCAPE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA SWALAYAN ADA KUDUS.**

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

Oleh :

Putri Diah Ayu Larasati

2017-11-499

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2021

**ANALISIS PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, CITRA PERUSAHAAN
DAN *SERVICESCAPE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA SWALAYAN ADA KUDUS.**


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

Tanggal 30 Agustus 2021

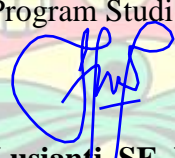
Pembimbing I


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

Pembimbing II


(Noor Indah Rahmawati, SE, MM)
NIDN.0024037701

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen


Dina Lusianti, SE, MM, AAK
NIDN. 0630098401

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Untuk ribuan tujuan yang harus dicapai, untuk jutaan impian yang akan dikejar, untuk sebuah pengharapan, agar hidup jauh lebih bermanfaat. Teruslah belajar, berusaha dan berdoa untuk menggapainya. Jatuh berdiri lagi, gagal bangkit lagi.

Persembahan :

Skripsi ini dipersembahkan untuk

1. Allah SWT yang telah melancarkan dan memberikan jalan dalam segala urusan maka tugas akhir perkuliahan ini dipermudah sehingga bisa terselesaikan dengan baik dan lancar.
2. Kedua orang tua saya Bapak Suharto dan Ibu Salamah yang senantiasa memberikan kasih sayang, pengorbanan, dukungan moril dan materil serta kepercayaan menuntut ilmu. Terimakasih atas doa dan nasehat serta motivasi yang tak pernah terputus.
3. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sabar dan ikhlas memberikan ilmunya.
4. Ahmad Khoirun Naim, terimakasih telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi.
5. Teman-teman seperjuangan angkatan 2017 yang telah memberikan dukungan serta masukan dalam menyelesaikan skripsi.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkat, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “**Analisis Store Atmosphere, Citra Perusahaan dan Servicescape terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada swalayan ADA Kudus**”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna meraih gelar Sarjana Manajemen (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak tugas akhir skripsi ini tidak akan bisa terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang setulus-setulusnya kepada :

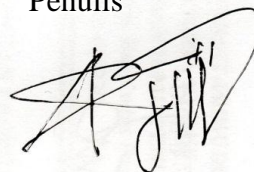
1. Bapak Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku rektor Universitas Muria Kudus.
2. Bapak Dr. Dra. Sulistyowati, S.H., C.N selaku Plt Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Ibu Dina Lusianti, SE., MM., AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Bapak Dr. Drs. Ag Sunarno H., SH., S.Pd., MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah teliti memberikan masukan, konsultasi serta arahan dalam penyusunan skripsi.

5. Ibu Noor Indah Rahmawati, SE, MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah sabar dalam membimbing serta memberikan masukan selama proses penyusunan skripsi.
6. Keluarga yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan pendidikan.
7. Seluruh responden yaitu pelanggan pada swalayan ADA Kudus.
8. Sahabat dan teman-teman satu angkatan 2017 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.
10. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.*

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

Kudus, September 2021

Penulis



Putri Diah Ayu Larasati
201711499

**ANALISIS PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, CITRA PERUSAHAAN
DAN *SERVICESCAPE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA SWALAYAN ADA KUDUS.**

Putri Diah Ayu Larasati

2017-11-499

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

Pembimbing 2 : Noor Indah Rahmawati, SE, MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *store atmosphere*, citra perusahaan dan *servicescape* terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada swalayan ADA Kudus. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini ialah pelanggan swalayan ADA Kudus. Sebanyak 145 responden pelanggan swalayan ADA Kudus dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan tehnik *purposive sampling* dan metode Hair. Pengambilan data diperoleh dari penyebaran kusioner. Tehnik analisis data pada penelitian ini memakai analisis data SEM melalui program AMOS.

Hasil kesimpulan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun citra perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta variabel *servicescape* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel berikutnya kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan variabel *servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : *store atmosphere*, citra perusahaan, *servicescape*, loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan.

***ANALYSIS OF STORE ATMOSPHERE, CORPORATE IMAGE AND
SERVICESCAPE TO CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER
SATISFACTION AS A INTERVENING VARIABLES AT ADA KUDUS
SUPERMARKET***

Putri Diah Ayu Larasati

2017-11-499

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

Adviser 2 : Noor Indah Rahmawati, SE, MM.

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

Abstract

This study purpose to analyze the effect of store atmosphere, corporate image and serivescape on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable at ADA Kudus supermarket. This research uses descriptive quantitative method. The population in this study were ADA Kudus supermarket customers. A total of 145 respondents of self-service customers at ADA Kudus were used as samples in this study using purposive sampling and Hair methods. Data collection was obtained from the distribution of questionnaires. The data analysis technique in this study used SEM data analysis through the AMOS program.

The conclusion is that store atmosphere has a positive and significant effect on customer satisfaction, but company image has a negative and insignificant effect on customer satisfaction and the servicescape variable has a negative and insignificant effect on customer satisfaction. The next variable customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty, store atmosphere has a positive and significant effect on customer loyalty, company image has a positive and significant effect on customer loyalty and the servicescape variable has a positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords : Store atmosphere, corporate image, servicescape, customer satisfaction, customer loyalty.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Store Atmosphere.....	11
2.2 Citra Perusahaan.....	12
2.3 Servicescape.....	14
2.4 Kepuasan Pelanggan.....	17
2.5 Loyalitas Pelanggan.....	19
2.6 Penelitian Terdahulu.....	22
2.7 Pengaruh Antar Variabel.....	27
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	34
2.9 Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Rancangan Penelitian.....	36
3.2 Variabel Penelitian.....	37

3.3 Jenis Dan Sumber Data	42
3.4 Populasi Dan Sampel	42
3.5 Pengumpulan Data	44
3.6 Uji Validitas Dan Reliabilitas	44
3.7 Pengolahan Data.....	45
3.8 Analisis Data	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	58
4.2 Penyajian Data.....	59
4.3 Analisis Data	66
4.4 Pembahasan.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Scoring	46
Tabel 3.2 Tabel Indeks Goodness Of Fit	56
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	60
Tabel 4.2 Umur Responden.....	60
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	61
Tabel 4.4 Frekuensi Berkunjung Responden	62
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Store Atmosphere (X1)	63
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Citra Perusahaan (X2)	64
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Servicescape (X3).....	64
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1)	65
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2).....	66
Tabel 4.10 Uji Model Goodness Of Fit Variabel Eksogen	69
Tabel 4.11 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	70
Tabel 4.12 Uji Model Goodness Of Fit Variabel Endogen.....	71
Tabel 4.13 Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Faktor Endogen.....	72
Tabel 4.14 Uji Validitas Reliabilitas.....	73
Tabel 4.16 Uji Outlier	77
Tabel 4.1 Uji Normalitas.....	77
Tabel 4.15 Uji Model Goodness Of Fit Model Full SEM	80
Tabel 4.16 Regression Weights.....	82
Tabel 4.17 Hasil Estimasi Direct Effect.....	85
Tabel 4.18 Hasil Estimasi Indirect Effect dan Total Effect	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Kepuasan Pelanggan (Tahun 2021).....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	32
Gambar 3.1 Diagram Jalur	47
Gambar 4.1 Grafik Output Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen.....	68
Gambar 4.2 Grafik Output Analisis Konfirmatori Variabel Endogen	71
Gambar 4.3 Pengujian Full Model SEM.....	79

