



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, SUASANA, DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDI KASUS SIDJI COFFEE SPACE & ROASTERY JATI KUDUS)**

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

Oleh :

**ELI LUKFIANA SARI**

**2016-11-224**

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

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, SUASANA, DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDI KASUS SIDJI COFFEE SPACE & ROASTERY JATI KUDUS)**

**Nama** : Eli Lukfiana Sari  
**NIM** : 201611224  
**Program Studi** : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan tim penguji ujian skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2022

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing I

Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.

NIDN : 0628048702

Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M.

NIDN : 0618066201

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dosen Pembimbing II

Dr. Kerfati Sumekar, S.E., M.M.

NIDN : 0616077304

Dian Wismar'ein, S.E., M.M.

NIDN : 0612127702

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto :

*“Agar kamu tidak bersedih hati terhadap apa yang luput dari kamu dan tidak pula terlalu gembira terhadap apa yang diberikan-Nya kepadamu. Dan Allah tidak menyukai terhadap orang yang sombong dan membanggakan diri.”*

(Q.S Al-Hadid: 23).

*“Dan barangsiapa berbuat kesalahan atau dosa, kemudian dia tuduhkan kepada orang yang tidak bersalah, maka sungguh dia telah memikul suatu kebohongan dan dosa yang nyata.”*

(Q.S An-Nisa’: 112).

### Persembahan:

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

- Ibu dan saudara-saudara tercinta yang selalu mendukung.
- Saudara-saudaraku yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
- Teman-temanku yang baik yang selalu mendukung dan memberikan arahan-arahan mengenai alur skripsi.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, SUASANA, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS SIDJI COFFEE SPACE & ROASTERY JATI KUDUS)”**.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus Jurusan Manajemen Pemasaran. Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

- 1) Bapak Prof. Dr. Ir. Darsono, M,Si., selaku rektor Universitas Muria Kudus.
- 2) Ibu Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
- 3) Ibu Nurul Rizka Arumsari,. S.E,. M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.
- 4) Bapak Dr. H. Mochamad Edris., Drs., M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan, arahan, maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.

- 5) Ibu Dian Wismar'ain., S.E., M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan arahan maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.
- 6) Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan banyak bekal ilmu pengetahuan selama penulis menimba ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
- 7) Buat keluarga saya tercinta, Ibu serta kakak-kakaku. Terimakasih yang sebesar-besarnya atas segala dukungan, semangat, serta do'a yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- 8) Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu segala kritik maupun saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan, agar kelak penulis dapat menghasilkan karya yang lebih baik dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Kudus,

2022

**ELI LUKFIANA SARI**  
**2016-11-224**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, SUASANA, DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDI KASUS SIDJI COFFEE SPACE & ROASTERY JATI KUDUS)**

**ELI LUKFIANA SARI  
NIM. 2016-11-224**

Pembimbing :

- (1) Dr. H. Mochamad Edris., Drs., M.M.
- (2) Dian Wismar'ain., S.E., M.M.

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, suasana, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada pelanggan Sidji Coffee Space & Roastery Jati Kudus. Penelitian dilakukan secara kuantitatif, data primer diperoleh dengan survei menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pada Sidji Coffee yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 165 pelanggan di Sidji Coffee Space & Roastery yang telah melakukan pembelian minimal 3 kali. Hasil analisis dalam penelitian dengan *metode Structural Equation Modeling* (SEM) sebagai berikut: (1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sidji Coffee Space and Roastery. (2) Suasana berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sidji Coffee Space and Roastery. (3) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sidji Coffee Space and Roastery. (4) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Sidji Coffee Space and Roastery. (5) Suasana berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Sidji Coffee Space and Roastery. (6) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Sidji Coffee Space and Roastery. (7) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada Sidji Coffee Space and Roastery.

**Kata Kunci : Kualitas Layanan, Suasana, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.**

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, ATTITUDE, AND TRUST ON  
CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS  
INTERVENING VARIABLES  
(CASE STUDY OF SIDJI COFFEE SPACE & ROASTERY JATI KUDUS)**

**ELI LUKFIANA SARI  
NIM. 2016-11-224**

*Advisor :*

- (1) Dr. H. Mochamad Edris., Drs., M.M.
- (2) Dian Wismar'ain., S.E., M.M.

**ABSTRACTION**

*This study aims to analyze the effect of service quality, atmosphere, and trust on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable for Sidji Coffee Space & Roastery Jati Kudus customers. The study was conducted quantitatively, primary data obtained by survey using a questionnaire. The population in this study are customers at Sidji Coffee whose number is not known with certainty. The sample in this study was 165 customers at Sidji Coffee Space & Roastery who had made purchases at least 3 times. The results of the analysis in the study using the Structural Equation Modeling (SEM) method are as follows: (1) Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at Sidji Coffee Space and Roastery. (2) Atmosphere has a positive and significant effect on customer satisfaction of Sidji Coffee Space and Roastery. (3) Trust has a positive and significant effect on customer satisfaction of Sidji Coffee Space and Roastery. (4) Service quality has a positive and significant effect on customer loyalty of Sidji Coffee Space and Roastery. (5) Atmosphere has a positive and significant effect on customer loyalty of Sidji Coffee Space and Roastery. (6) Trust has a positive and significant effect on customer loyalty at Sidji Coffee Space and Roastery. (7) Customer satisfaction has a positive effect on customer loyalty at Sidji Coffee Space and Roastery.*

**Keywords: Service Quality, Atmosphere, Trust, Customer Satisfaction and Customer Loyalty.**

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	vi
<i>ABSTRACTION</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Ruang Lingkup.....	9
1.3. Perumusan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Pemasaran.....	13
2.2. Bauran Pemasaran.....	14
2.3. Loyalitas Pelanggan.....	17
2.4. Kepuasan Pelanggan.....	19
2.5. Kualitas Layanan.....	22
2.6. Suasana ( <i>Atmosphere</i> ).....	24
2.7. Kepercayaan.....	27
2.8. Pengaruh Antar Variabel.....	32
2.9. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	28
2.10. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	36
2.11. Hipotesis.....	38



	Halaman
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1. Rencana Penelitian.....	39
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	39
3.3. Jenis Dan Sumber Data.....	43
3.4. Populasi dan Sampel.....	44
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6. Pengolahan Data.....	46
3.7. Uji Instrumen.....	48
3.8. Teknik Analisis Data.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
4.2. Penyajian Data.....	59
4.3. Analisis Data.....	67
4.4. Pembahasan.....	92
BAB V PENUTUP.....	101
5.1. Kesimpulan.....	101
5.2. Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	104
LAMPIRAN.....	108

## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	Pendapatan Omzet Sidji Coffee Space & Roastery pada tahun 2019-2021 .....	5
Tabel 1.2	Keluhan Pelanggan Sidji Coffee Space & Roastery.....	6
Tabel 3.1	Uji Goodness of Fit.....	55
Tabel 4.1	Prosentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.2	Prosentase Responden Berdasarkan Usia .....	60
Tabel 4.3	Prosentase Responden Berdasarkan Pendidikan.....	61
Tabel 4.4	Prosentase Responden Berdasarkan Pembelian.....	61
Tabel 4.5	Deskriptif Variabel Kualitas Layanan.....	62
Tabel 4.6	Deskriptif Variabel Suasana.....	63
Tabel 4.7	Deskriptif Variabel Kepercayaan.....	64
Tabel 4.8	Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan .....	65
Tabel 4.9	Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.....	66
Tabel 4.10	Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan ..	68
Tabel 4.11	Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Eksogen Setelah Perbaikan ....	69
Tabel 4.12	<i>Regression Weights</i> .....	69
Tabel 4.13	Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Endogen Sebelum Perbaikan..	71
Tabel 4.14	Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Endogen Setelah Perbaikan....	73
Tabel 4.15	<i>Regression Weights</i> .....	73
Tabel 4.16	Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Full Model Sebelum Perbaikan	75
Tabel 4.17	Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Full Model Setelah Perbaikan	76
Tabel 4.18	Uji Validitas .....	77
Tabel 4.19	Uji <i>Average Variance Extracted</i> variabel penelitian .....	78
Tabel 4.20	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> .....	79
Tabel 4.21	Uji Reliabilitas .....	80
Tabel 4.22	Uji Normalitas.....	81
Tabel 4.23	Outlier .....	83
Tabel 4.24	<i>Mahalanobis Distance</i> .....	84
Tabel 4.25	<i>Standardised Regression Weights</i> .....	84

Tabel 4.26 <i>Square Multiple Correlation</i> .....	86
Tabel 4.27 Hasil Estimasi Parameter .....	88
Tabel 4.28 Pengaruh Langsung Antar Variabel Penelitian.....	90
Tabel 4.28 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel Penelitian.....	91
Tabel 4.29 Besar <i>Total Effect</i> .....	91



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pikir Teoritis .....	37
Gambar 4.1 Output Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan .....	67
Gambar 4.2 Output Variabel Eksogen Setelah Perbaikan .....	68
Gambar 4.3 Output Variabel Endogen Sebelum Perbaikan.....	71
Gambar 4.4 Output Variabel Endogen Setelah Perbaikan .....	72
Gambar 4.5 Full Measurement Model Sebelum Perbaikan .....	74
Gambar 4.6 Full Measurement Model Setelah Perbaikan .....	75
Gambar 4.7 <i>Structural Equation Modelling</i> .....	76

