



**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *BRAND IMAGE*, DAN
SERVICE QUALITY TERHADAP *CONSUMER LOYALTY*
DENGAN MEDIASI *CUSTOMER SATISFACTION*
(STUDI PADA TKP CAFE & RESTO KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

MOHAMMAD ALFIN ARROCHIS
NIM : 2019-11-205

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

2024



**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *BRAND IMAGE*, DAN
SERVICE QUALITY TERHADAP *CONSUMER LOYALTY*
DENGAN MEDIASI *CUSTOMER SATISFACTION*
(STUDI PADA TKP CAFE & RESTO KUDUS)**

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

Oleh :

MOHAMMAD ALFIN ARROCHIS
NIM : 2019-11-205

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, BRAND IMAGE, DAN SERVICE
QUALITY TERHADAP CONSUMER LOYALTY DENGAN MEDIASI
CUSTOMER SATISFACTION (STUDI PADA TKP CAFE & RESTO
KUDUS)**

Nama : Mohammad Alfin Arrochis

Nim : 201911205

Program Studi : Manajemen

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

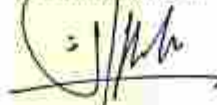
Kudus,

Pembimbing I



(Dr. H. Mochamad Edris, Drs.M.M)
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



(Faridhatun Faidah, S.E., M.M)
NIDN. 0601099201

Ketia Progam Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, BRAND IMAGE, DAN SERVICE
QUALITY TERHADAP CONSUMER LOYALTY DENGAN MEDIASI
CUSTOMER SATISFACTION (STUDI PADA TKP CAFE & RESTO
KUDUS)**

Nama : Mohammad Alfin Arrochis
Nim : 201911205
Program Studi : Manajemen

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

Kudus,.....

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 002403770

Pembimbing I


(Dr. H. Mochamad Edris, Drs.M.M)
NIDN. 0618066201

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


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

Pembimbing II


(Faridhatun Faidah S.E., M.M)
NIDN. 0601099201

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Bangun kesuksesan dari kegagalan, keputusan dan kegagalan adalah dua batu loncatan yang paling baik menuju kesuksesan.” -Dede Carnegie

“Sukses berjalan dari satu kegagalan kegagalan yang lain, tanpa kita kehilangan semangat.” -Abraham Lincoln.

PERSEMBAHAN:

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Orang tua yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, do'a dan semangat.
2. Kakak dan keluarga besar yang selalu memberikan do'a, semangat dan bantuan dalam segala hal.
3. Almamater Universitas Muria Kudus.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga pada kesempatan ini penulis menyelesaikan skripsi ini dengan judul "*Pengaruh Store Atmosphere, Brand Image, Dan Service Quality Terhadap Consumer Loyalty Dengan Mediasi Customer Satisfaction (Studi Pada Tkp Cafe & Resto Kudus)*". Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, bantuan dan do'a dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini berlangsung. Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terimakasih 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. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.
4. Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M selaku Dosen Pembimbing I saya yang sudah bersabar membimbing saya, dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan untuk penyusunan skripsi saya.
5. Faridhatun Faidah, SM., M.M Selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan waktu dan arahan dengan penuh kesabaran dalam membimbing.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang membekali ilmu, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

7. Teman-temanku yang selalu memberikan dukungan selama ini.
8. Dukungan orang tua yang telah memberikan semangat dan dukungan baik moril ataupun materi yang tiada henti.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Penulis harap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca umumnya.

Kudus, 23 Oktober 2023

Mohammad Alfin Arrochis

2019-11-205

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *BRAND IMAGE*, DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CONSUMER LOYALTY* DENGAN MEDIASI *CUSTOMER SATISFACTION* (STUDI PADA TKP CAFE & RESTO KUDUS)

Mohammad Alfin Arrochis
2019-11-205

Pembimbing 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M
2. Faridhatun Faidah, S.E., M.M

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

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Store Atmosphere*, *Brand Image*, Dan *Service Quality Terhadap Consumer Loyalty Dengan Mediasi Customer Satisfaction (Studi Pada Tkp Cafe & Resto Kudus)*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer yang berasal dari kuesioner penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian Cofe yang tidak diketahui jumlahnya. Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik *purposive sampling* sampel sebanyak 156 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Modelling*) AMOS versi 24. Hasil analisis menunjukkan bahwa (1) Suasana toko berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; (2) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; (3) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; (4) Suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen; (5) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen; (6) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen; (7) loyalitas kosnumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Suasana Toko, Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Konsumen, Kepuasan Pelanggan

THE EFFECT STORE ATMOSPHERE, BRAND IMAGE, AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER LOYALTY WITH MEDITION CUSTOMER SATISFACTION (CASE STUDI TKP CAFE & RESTO KUDUS)

Mohammad Alfin Arrochis
2019-11-205

Preceptor 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs., MM
2. Faridhatun Faidah, S.E., MM

UNIVERSITAS MURLA KUDUS
STUDI PROGRAM MANAGEMENT FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

ABSTRACTION

This Study Aimed To Analyzed The Effect Of Store Atmosphere, Brand Image, And Service Quality On Consumer Loyalty With Medition Customer Satisfaction (Studi On Tkp Cafe & Resto Kudus). This research is a quantitative studied using primary data derived from research questionnaires. The population in this study is all consumers who purchased the Cofe the number of which is unknow. The sampling technique used purposive sampling with a total sample of 156 people. Data analysis technique using SEM analysis (Structural Equation Modelling) AMOS versi 24. The result of the analysis show that (1) Store Atmosphere has a positive and significant effect on Customer Satisfaction; (2) Brand Image has a positive and significant effect on Customer Satisfaction; (3) Service Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction; (4) Store Atmosphere has a positive and significant effect on Consumer Loyalty; (5) Brand Image has a positive and significant effect on Consumer Loyalty; (6) Service Quality has a positive and significant effect on Consumer Loyalty; (7) Consumer Loyalty has a positive and significant effect on Customer Satisfaction.
Keywords: Store Atmosphere, Brand Image, Service Quality Consumer Loyalty, Customer Satisfaction

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI.....	vii
<i>ABSTRACTION</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	7
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 <i>Consumer Loyalty</i>	12
2.1.1 Pengertian <i>Consumer Loyalty</i>	12
2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Consumer Loyalty</i>	13
2.1.3 Indikator <i>Consumer Loyalty</i>	14
2.2 <i>Customer Satisfaction</i>	14
2.2.1 Pengertian <i>Customer Satisfaction</i>	14
2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Customer Satisfaction</i>	15
2.2.3 Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.3 <i>Store Atmosphere</i>	17
2.3.1 Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	17

2.3.2	Indikator <i>Store Atmosphere</i>	17
2.4	<i>Brand Image</i>	18
2.4.1	Pengertian <i>Brand Image</i>	18
2.4.2	Indikator <i>Brand Image</i>	18
2.5	<i>Service Quality</i>	20
2.5.1	Pengertian <i>Service Quality</i>	20
2.5.2	Indikator <i>Service Quality</i>	20
2.6	Pengaruh Antar Variabel.....	21
2.7	Penelitian Terdahulu.....	23
2.8	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	27
2.9	Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN		30
3.1	Rancangan Penelitian.....	30
3.2	Variabel Penelitian.....	30
3.3	Definisi Variabel Operasional.....	31
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	33
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	34
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.7	Uji Instrument.....	37
3.8	Pengolahan Data.....	39
3.9	Analisis Data.....	40
3.10	Uji Hipotesis.....	49
3.11	Uji Mediasi.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
4.1.1	Sejarah berdirinya TKP Café & Resto Kudus.....	51
4.1.2	Visi dan Misi TKP Café & Resto Kudus.....	51
4.1.3	Profil TKP Café & Resto Kudus.....	52
4.1.4	Struktur Organisasi TKP Café & Resto Kudus.....	53
4.2	Penyajian Data.....	54
4.2.1	Karakteristik Responden.....	54

4.2.2	Tanggapan Responden.....	56
4.3	Analisis Data.....	61
4.3.1	Hasil Uji Instrumen Data.....	61
4.3.2	Hasil Uji Validitas.....	61
4.3.3	Uji Validitas dengan <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	63
4.3.4	Uji Validitas Diskriminan.....	63
4.3.5	Uji <i>Construct Reliability</i>	64
4.4	Evaluasi atas asumsi-asumsi Structur Equation Model (SEM).....	65
4.4.1	Normalitas Data.....	65
4.4.2	<i>Outlier</i>	66
4.4.3	Uji Kausalitas (<i>Regression weight</i>).....	67
4.4.4	Uji Multikolinearitas dan Singularitas.....	69
4.5	Analisis Faktor Konfirmatori.....	69
4.5.1	Analisis Full Measurement Model.....	69
4.5.2	Analisis Full Measurement Setelah Perbaikan.....	71
4.5.3	Analisis Konfirmatori Full Model.....	72
4.6	Koefisien Determinasi (R^2).....	74
4.7	Pengujian Hipotesis.....	75
4.8	Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	78
4.8.1	Analisis Pengaruh Langsung.....	78
4.8.2	Analisis Pengaruh Tidak Langsung.....	79
4.9	Uji Mediasi.....	80
4.10	Pembahasan.....	81
4.10.1	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Consumer Loyalty</i>	81
4.10.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Consumer Loyalty</i>	81
4.10.3	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Consumer Loyalty</i>	82
4.10.4	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Consumer Loyalty</i>	83
4.10.5	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	83
4.10.6	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	84
4.10.7	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	85

4.10.8 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Consumer Loyalty</i> dengan Mediasi <i>Customer Satisfaction</i>	85
4.10.9 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Consumer Loyalty</i> dengan Mediasi <i>Customer Satisfaction</i>	86
4.10.10 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Consumer Loyalty</i> dengan Mediasi <i>Customer Satisfaction</i>	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar Coffee Shop berdasarkan pengikut Instagram pada 1 Maret 2023	2
Tabel 1.2 Jumlah Penjualan Tkp Caffe & Resto Tahun 2022	3
Tabel 3.1 Skor Penilaian Skala Likert	36
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3 Kasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	54
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Profesi Pekerjaan	55
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel <i>Store Atmosphere</i>	56
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i>	56
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel <i>Service Quality</i>	57
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	58
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel <i>Consumer Loyalty</i>	59
Tabel 4.10 Uji <i>Convergent Validity</i>	61
Tabel 4.11 Uji <i>Average Variance Extracted</i>	62
Tabel 4.12 Uji Validitas Diskriminan	63
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.14 Uji Normalitas Data	64
Tabel 4.15 Analisis <i>Outlier</i>	65
Tabel 4.16 Hasil Uji Kausalitas	66
Tabel 4.17 Uji Model <i>Goodness of Fit</i> Variabel Penelitian	69
Tabel 4.18 Uji Model <i>Goodness of Fit</i> Variabel Penelitian	71
Tabel 4.19 Uji Model <i>Goodness of Fit</i> Variabel Penelitian	72
Tabel 4.20 <i>Square Murtiple Correlation</i>	73
Tabel 4.21 Hasil Penujian Hipotesis Berdasarkan Model SEM	74
Tabel 4.22 Hasil Estimasi <i>Dirrect Effect</i>	77
Tabel 4.23 Hasil Estimasi <i>Indirect Effect</i>	78
Tabel 4.24 Besar <i>Total Effect</i>	79

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Review konsumen TKP Café & Resto	5
Gambar 2.1 Kerangka pemikiran teoritis	28
Gambar 4.1 Struktur Organisasi TKP Café & Resto	53
Gambar 4.2 Full Measurement Sebelum Perbaikan	70
Gambar 4.3 Full Measurement Setelah Perbaikan	71
Gambar 4.4 Hasil Uji Full Model <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	73

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	100
Lampiran 2 Profil Data Responden.....	109
Lampiran 3 Jawaban Responden	120
Lampiran 4 Hasil Output SEM AMOS.....	130