



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SUASANA *CAFE*
TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA CAFE KOPI KAPLING SINGOCANDI KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

DEPRI ANANG FIRMANSYAH

NIM. 202111274

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SUASANA *CAFE*
TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA *CAFE KOPI KAPLING SINGOCANDI KUDUS*)**

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

Oleh:

DEPRI ANANG FIRMANSYAH

Nim. 202111274

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SUASANA *CAFE*
TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA *CAFE KOPI*
KAPLING SINGOCANDI KUDUS)**

Nama : Depri Anang Firmansyah
NIM : 202111274
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk 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. 0024037701

Pembimbing


Krisnanda, S.E., M.E
NIDN. 0604039602

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SUASANA *CAFE*
TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA *CAFE KOPI*
KAPLING SINGOCANDI KUDUS)**

Nama : Depri Anang Firmansyah
NIM : 202111274
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

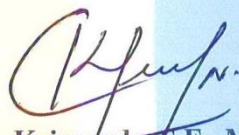
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Pembimbing


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


Krisnanda, S.E., M.E
NIDN. 0604039602

Mengetahui,
Dekan



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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Inna ma'al usri yusra”

(Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan)

Q.S Al-Insyirah: 94

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuan orang tersebut”

Q.S Al-Baqarah:286

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras, tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan, tidak ada kemudahan tanpa doa. Bagi saya, disiplin adalah komitmen berkelanjutan untuk mencapai suatu tujuan, tidak bergantung pada tingkat motivasi yang berubah-ubah, dengan konsisten melatih pengendalian diri, menunda kesenangan, dan ketekunan.”

-Steven Bartlett-

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua Orang Tua saya yaitu Bapak Endang Suhendar dan Ibu Ana Marifatun yang selalu mendoakan dan serta memberikan dukungan saya untuk menyelesaikan skripsi saya sehingga saya bisa sampai di titik sekarang ini.
2. Nenek, Tante, Om yang telah mensupport memberikan dukungan saya untuk berjalan yang lebih keras untuk menuju kesuksesan
3. Terimakasih juga kepada Arik, Faisal, Riski, Putra, Satriyo, Sifa, Unwa, dan lala yang telah membangkitkan semangat perkuliahan dari semester 1 sampai dalam menjalankan penulisan skripsi ini
4. Teman-teman almamater UMK angkatan 21 Prodi Manajemen yang selalu mendukung dan memotivasi sehingga terselesainya skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT, karena atas kelimpahan rahmat dan karunianya sampai saat ini penulis masih diberikan nikmat iman dan islam sehingga dapat tersusun skripsi yang berjudul **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SUASANA *CAFE* TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING” (STUDI PADA *CAFE* KOPI KAPLING SINGOCANDI KUDUS)**. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan dukungan bantuan, pengarahan, dorongan, motivasi dan masukan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis 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 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Krisnanda, S.E., M.E. selaku Dosen Pembimbing, terima kasih atas bimbingannya pada penulisan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muria Kudus, yang telah memberikan ilmu yang sangat berharga bagi saya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu diperlukan kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat sebagai pembaca.

Kudus, 2025

Penulis



Depri Anang Firmansyah

Nim : 202111274

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SUASANA CAFE TERHADAP
MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA CAFE KOPI KAPLING
SINGOCANDI KUDUS)**

Depri Anang Firmansyah
NIM : 202111274

Pembimbing: Krisnanda, S.E., M.E.

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

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, suasana *cafe* terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (studi pada *Cafe Kopi Kapling, Singocandi, Kudus*). Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada *Cafe Kopi Kapling, Singocandi, Kudus* yang pernah membeli dan sampel penelitian ini sebanyak 138 responden. Teknik pengambilan *sampling* dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* yakni *purposive sampling*. Data analisis menggunakan software SEM AMOS 24. Hasil penelitian ini yaitu kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, suasana *cafe* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, dan suasana *cafe* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Hasil penelitian memberikan implikasi penting bagi *Cafe Kopi Kapling, Singocandi, Kudus* terutama dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan. Dengan adanya perbaikan layanan yang lebih optimal, diharapkan tingkat kepuasan konsumennya juga akan meningkat, sehingga dapat mendorong untuk minat beli ulang. Peningkatan minat beli ulang konsumen akan berkontribusi positif terhadap pertumbuhan bisnis *cafe*, yang memungkinkan usaha untuk terus berkembang dan berkelanjutan dalam jangka panjang. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi *Cafe Kopi Kapling* dalam merancang strategi yang lebih efektif guna untuk mempertahankan dan memperkuat daya saingnya di industri kuliner *cafe* ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Suasana *Cafe*, Kepuasan Konsumen, Minat Beli Ulang.

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, CAFE ATMOSPHERE ON
REPURCHASING INTEREST THROUGH CONSUMER SATISFACTION AS
AN INTERVENING VARIABLE (STUDY AT CAFE KOPI KAPLING
SINGOCANDI KUDUS)***

Depri Anang Firmansyah
NIM: 202111274

Supervisor: Krisnanda, S.E., M.E.

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

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality, cafe atmosphere on repurchase intention through consumer satisfaction as an intervening variable (study at Cafe Kopi Kapling, Singocandi, Kudus). This type of research is quantitative. The population in this study were consumers at Cafe Kopi Kapling, Singocandi, Kudus who had purchased and the sample of this study was 138 respondents. The sampling technique in this study used non-probability sampling, namely purposive sampling. Data analysis used SEM AMOS 24 software. The results of this study are that service quality has a negative and insignificant effect on consumer satisfaction, cafe atmosphere has a positive and significant effect on consumer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on repurchase intention, consumer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase intention, and cafe atmosphere has a positive and significant effect on repurchase intention. The results of the study provide important implications for Cafe Kopi Kapling, Singocandi, Kudus, especially in efforts to improve service quality. With the improvement of more optimal services, it is expected that the level of consumer satisfaction will also increase, so that it can encourage repurchase intention. Increasing consumer repurchase interest will contribute positively to the growth of the cafe business, allowing the business to continue to grow and be sustainable in the long term. Thus, this study is expected to be a basis for Cafe Kopi Kapling in designing more effective strategies in order to maintain and strengthen its competitiveness in the cafe culinary industry.

Keywords: Service Quality, Cafe Atmosphere, Customer Satisfaction, Repurchase Intention.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
Halaman	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Ruang Lingkup	12
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	14
1.5.2 Manfaat Praktis	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori	15

2.1.1 Teori Manajemen Pemasaran.....	15
2.1.2 Kualitas Pelayanan.....	16
2.1.3 Suasana <i>Cafe</i>	20
2.1.4 Kepuasan Konsumen	22
2.1.5 Minat Beli Ulang	26
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Pengaruh Antar Variabel	32
2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang.....	32
2.3.2 Pengaruh Suasana <i>Cafe</i> terhadap Minat Beli Ulang.....	32
2.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	33
2.3.4 Pengaruh Suasana <i>Cafe</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	33
2.3.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang	34
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	35
2.5 Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Rancangan Penelitian	37
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	37
3.2.1 Jenis Variabel.....	37
3.2.2 Definisi Operasional	38
3.3 Jenis dan Sumber Data	40
3.3.1 Jenis Data.....	40
3.3.2 Sumber Data	41
3.4 Populasi dan Sampel	42
3.4.1 Populasi.....	42
3.4.2 Sampel	42

3.5 Metode Pengumpulan Data	43
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	44
3.6.1 Uji Validitas.....	44
3.6.2 Uji Realibilitas	46
3.7 Pengolahan Data.....	46
3.8 Analisis Data	47
3.8.1 Uji Normalitas.....	57
3.8.2 Uji <i>Outlier</i>	57
3.8.3 Uji Hipotesis	58
3.8.4 Analisis Direct Effect, Indirect Effect, Total Effect	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.2 Penyajian Data.....	61
4.2.1 Karakteristik Responden.....	61
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian	63
4.3 Uji Instrumen.....	67
4.3.1 Uji Validitas.....	67
4.3.2 Uji Reliabilitas	71
4.3.3 Uji Normalitas.....	72
4.3.4 Uji <i>Outlier</i>	73
4.4 Analisis Data	75
4.4.1 Uji Eksogen.....	75
4.4.2 Uji Endogen	77
4.4.3 Full Measurrement.....	79
4.4.4 Full Model.....	81

4.4.5 Uji Hipotesis	82
4.4.6 Uji Direct Effect, Indirect Effect, Total Effect (Memediasi).....	84
4.5 Pembahasan	85
4.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	85
4.5.2 Pengaruh Suasana <i>Cafe</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	87
4.5.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang.....	88
4.5.4 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang	89
4.5.5 Pengaruh Suasana <i>Cafe</i> terhadap Minat Beli Ulang.....	90
4.5.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen.	91
4.5.7 Pengaruh Suasana <i>Cafe</i> terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen.	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Beberapa Kedai Kopi Di Kota Kudus.....	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Bulan Januari-Juni 2024	6
Tabel 3.1 Skala Likert	47
Tabel 3.2 Tabel Indeks <i>Goodness-Of-Fit</i>	55
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	62
Tabel 4.2 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.....	64
Tabel 4.3 Deskriptif Variabel Suasana <i>Cafe</i>	65
Tabel 4.4 Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	66
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang.....	67
Tabel 4.6 Convergent Validity	68
Tabel 4.8 Hasil AVE	70
Tabel 4.9 Discriminant Validity	71
Tabel 4.10 Uji Construct Reliabilitas	71
Tabel 4.11 Uji Normalitas.....	73
Tabel 4.12 Multivariate Outliers	74
Tabel 4.13 Hasil Uji Variabel Eksogen.....	76
Tabel 4.14 Hasil Uji Variabel Eksogen.....	77
Tabel 4.15 Hasil Uji Variabel Endogen	78
Tabel 4.16 Hasil Uji Variabel Endogen	79
Tabel 4.17 Hasil Uji Model Goodness Of Fit Full Measurrement.....	80
Tabel 4.18 Hasil Uji Model Measurrement Sesudah Perbaikan	81
Tabel 4.19 Uji Hipotesis	82
Tabel 4.20 Uji Memediasi.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ulasan Konsumen Terhadap <i>Cafe</i> Kopi Kapling Singocandi Kudus .	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	35
Gambar 4.1 Uji Eksogen Sebelum Perbaikan	75
Gambar 4.2 Uji Eksogen Sesudah Perbaikan	76
Gambar 4.3 Uji Endogen Sebelum Perbaikan	77
Gambar 4.4 Uji Endogen Sesudah Perbaikan	78
Gambar 4.5 Full Measurment Sebelum Perbaikan	79
Gambar 4.6 Full Measurment Sesudah Perbaikan	80
Gambar 4.7 Full Model	81