

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*  
DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
PADA KOPIRIA DI KOTA SAMARINDA**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Sarjana Manajemen



Oleh :

**Riri Fachriza**

**1811102431220**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI, BISNIS DAN POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR**

**2022**

**Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap *Customer Loyalty* Dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Mediasi Pada Kopiria Di Kota Samarinda**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh :

**Riri Fachriza**

**1811102431220**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI, BISNIS DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR**

**2022**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*  
DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
PADA KOPIRIA DI KOTA SAMARINDA**

Oleh :

**Riri Fachriza  
1811102431220**

Samarinda, 12 Juli 2022

Telah disetujui oleh : Pembimbing,



**Dewi Sartika S.ST.,M.M  
NIDN 1124129401**

## LEMBAR PENGESAHAN

### SKRIPSI



PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*  
DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
PADA KOPIRIA DI KOTA SAMARINDA

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : Riri Fachriza  
NIM : 1811102431220  
Program Studi : S1 Manajemen


Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 07 April 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna mencapai derajat Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

Susunan Penguji:


Penguji I : Marsha Anindita, S.E, M.S.M. (  )  
NIDN. 1114099102  
Penguji II : Dewi Sartika S.ST.,M.M (  )  
NIDN. 1124129401

Mengetahui,

Dekan  
Fakultas Ekonomi Bisnis dan Politik

  
Drs.M. Farid Wadi, S. E., M.M., Ph.D  
NIDN. 0605056501

Ketua  
Program Studi Manajemen

  
Ihwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D  
NIDN. 0620107201

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Riri Fachriza  
NIM : 1811102431220  
Program Studi : S1 Manajemen  
Email : ririfachriza25@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (plagiarisme) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Samarinda, 27 Juni 2022

Membuat Pernyataan,  
  
Riri Fachriza

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Store Atmosphere* dan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty*. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan pengolahan data menggunakan Software SmartPLS. Pengumpulan data di lakukan dengan penyebaran kuisisioner kepada 110 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Dengan karakteristik responden pria dan wanita dan pernah datang berkunjung di Kopiria Kota Samarinda. Hasil penelitian ini menyatakan *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*, dan *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*.

**Kata Kunci :** *Store Atmosphere*, *Customer Satisfaction*, dan *Customer Loyalty*

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine how the influence of Store Atmosphere and Customer Satisfaction on Customer Loyalty. This research is quantitative descriptive. The research method used is a survey method with data processing using SmartPLS software. Data was collected by distributing questionnaires to 110 respondents. The sampling technique used was purposive sampling. With the characteristics of male and female respondents and have come to visit Kopiria, Samarinda City. The results of this study indicate that Store Atmosphere has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, Customer Satisfaction has a positive and significant effect on Customer Loyalty, and Store Atmosphere has a positive and significant effect on Customer Satisfaction.*

**Keyword :** *Store Atmosphere, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty*

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmannirrahim.*

Puji syukur yang teramat dalam saya haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Segala, atas percikan kasih, hidayat, dan taufiq-Nya sehingga Skripsi dengan judul *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi Pada Kopiria Di Kota Samarinda* ini dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan.

Teriring do'a shalawat semoga senantiasa melimpah keharibaan Muhammad SAW., Rasul akhir zaman, penutup para nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Dan semoga do'a dan shalawat yang melimpah tercurahkan kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada, para mushonifin, para ulama, dan seluruh umatnya yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur Prof. Dr. H. Bambang Setiadji
2. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Politik Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur Prof. Dr. Muhammad Wahyuddin
3. Ketua Program Studi Bapak Ihwan Susila, S.E., M.Si., Phd.
4. Ibu Pembimbing Dewi Sartika S.ST., M.M



5. Ibu Penguji Marsha Anindita, S.E., M.S.M
6. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada kedua orang tuaku dan Risa Hanastasya yang telah mendukung dan menyemangatiku dalam penyusunan proposal ini.
7. Rekan-rekan penulis dan pihak yang mendukung, membantu pelaksanaan penelitian terutama untuk Rizal Octovani.

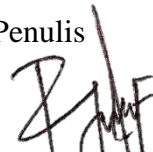
Kepada mereka semua, hanya ungkapan terimakasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Amiin.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangannya, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terimakasih.

*Billahittaufiq Wal Hidayah*

Samarinda, 29 Maret 2022

Penulis



**Riri Fachriza**

**NIM 1811102431220**

## DAFTAR ISI

.....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II</b> .....	<b>10</b>
<b>TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS</b> .....	<b>10</b>
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	10
B. Teori dan Kajian Pustaka.....	14
1. <i>Store Atmosphere</i> .....	15
2. <i>Customer Satisfaction</i> .....	22
3. <i>Customer Loyalty</i> .....	24
C. Kerangka Konseptual.....	25
D. Perumusan Hipotesis.....	25
1. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	26
2. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	27
3. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	27
<b>BAB III</b> .....	<b>29</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>29</b>
A. Jenis Penelitian.....	29

B.	Populasi dan Teknik Penentuan Sampel.....	29
1.	Populasi.....	29
2.	Sampel.....	30
C.	Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel.....	30
1.	<i>Store Atmosphere</i> .....	32
2.	<i>Customer Satisfaction</i> .....	32
3.	<i>Customer Loyalty</i> .....	33
D.	Sumber Data Penelitian.....	34
1.	Data Primer.....	34
2.	Data Skunder.....	34
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	35
F.	Teknik Analisis Data.....	36
1.	Analisis Deskriptif.....	36
2.	Uji Validitas.....	37
3.	Uji Realibilitas.....	39
4.	Model Struktural (Inner Model).....	40
<b>BAB IV</b>	.....	<b>42</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>42</b>
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
B.	Uji Instrumen Data.....	46
C.	Skema Model Partial Least Square (PLS).....	48
D.	Model Pengukuran atau Outer Model.....	49
E.	Model Struktural atau Inner Model.....	54
1.	Pengujian Hipotesis 1 ( <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ).....	55
2.	Pengujian Hipotesis 2 ( <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> ).....	56
3.	Pengujian Hipotesis 3 ( <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> ). 56	
F.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	56
1.	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	57
2.	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	58

3. Pengaruh Store Atmosphere terhadap Customer Loyalty.....	59
<b>BAB V.....</b>	<b>61</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>61</b>
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	62
1. Bagi Akademis.....	62
2. Bagi Perusahaan.....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>43</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>45</b>
A. Kuesioner Penelitian.....	45
B. Petunjuk Pengisian Kuisisioner.....	46
C. Screening Question.....	46
D. Identitas Responden.....	47
Laki - Laki.....	47
Perempuan.....	47
Pelajar/Mahasiswa.....	47
Pekerja.....	47
Non Pekerja.....	47
<b>Variabel <i>Store Atmosphere</i>.....</b>	<b>47</b>
<b>Variabel <i>Costumer Satisfaction</i>.....</b>	<b>48</b>
<b>Variabel <i>Customer Loyalty</i>.....</b>	<b>48</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Coffee Shop di Samarinda.....	1
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3.1 Indikator <i>Store Atmosphere</i> .....	32
Tabel 3.2 Indikator <i>Customer Satisfaction</i> .....	33
Tabel 3.3 Indikator <i>Customer Loyalty</i> .....	34
Tabel 3.4 interpretasi skor.....	37
Tabel 3.5 Parameter Uji Validitas dalam Model Pengukuran PLS.....	39
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Profesi.....	43
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Frekuensi kunjungan 1 tahun.....	44
Tabel 4.4 Presentase Tanggapan Responden Variabel <i>Store Atmosphere</i> .....	45
Tabel 4.5 presentase tanggapan responden variabel <i>Customer Satisfaction</i> ...	45
Tabel 4.6 presentase tanggapan responden variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	46
Tabel 4.7 Uji Validitas SPSS.....	47
Tabel 4.8 uji reliabilitas SPSS.....	48
Tabel 4.9 Hasil Loading Factor.....	50
Tabel 4.10 Hasil Outer Loading.....	51
Tabel 4.11 Hasil <i>Cross Loading</i> .....	52
Tabel 4.12 Hasil Average Variance Extracted (AVE).....	53
Tabel 4.13 Hasil Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	53
Tabel 4.14 Hasil R-Square.....	54
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis.....	54

**DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 1.1 Bagian dalam Kopiria.....</b>	<b>5</b>
<b>Gambar 1.2 Bagian Luar Kopiria.....</b>	<b>5</b>
<b>Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....</b>	<b>25</b>
<b>Gambar 4.1 Model Structural.....</b>	<b>49</b>
<b>Gambar 4.2 model structural Algoritma PLS.....</b>	<b>55</b>