

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere*
Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada
Coffeeright Cibubur)



UNIVERSITAS
BAKRIE

Muhamad Rizki Daffa Putra Ghaliza

1171001048

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Universitas Bakrie

Jakarta

2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
Dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
Telah saya nyatakan dengan benar.**

NAMA: MUHAMAD RIZKI DAFFA PUTRA GHALIZA

NIM: 1171001048

TANDA TANGAN:



Muhamad Rizki Daffa Putra Ghaliza

TANGGAL: 9 Februari 2022

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhamad Rizki Daffa Putra Ghaliza

NIM : 1171001048

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS)

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Coffeeright Cibubur)

Telah berhasil di pertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang di perlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica A. Widyastuti, SE.MM
)

()

Penguji 1 : Ir. Gunardi Endro, Ph.D.

()

Penguji 2 : Suwandi, SE., M.Si., Dr.

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 9 Februari 2022

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Coffeeright Cibubur)”**, sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan di program studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih banyak setulus – tulusnya kepada:

1. Keluarga yaitu Papa, Mama, hanna, Rauffa, Hakeem, Fatima, Annisa yang tidak berhenti memberikan dukungan baik dari materi maupun moral, doa serta motivasi kepada penulis dan juga senantiasa mendoakan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Bapak M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bakrie.
3. Ibu Dominica Arni Widyastuti SE., MM. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu pikiran dan tenaga dalam memberikan ilmu, arahan, saran dan bimbingan yang sangat bermanfaat selama penyusunan dan penyempurnaan Tugas Akhir ini.
4. Bapak Ir. Gunardi Endro, Ph.D. dan Bapak Suwandi, SE., M.Si., Dr. selaku dosen penguji yang telah berkenan membantu dan menguji penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir.
5. Para Dosen jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu selama penulis berkuliah di Universitas Bakrie
6. Natasha Anggita Putri yang selalu memberikan semangat dan dukungan serta nasihat kepada penulis.
7. Kepada seluruh teman – teman yang selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan kuliah dan Tugas Akhir ini.
8. Semua pihak terkait yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi penelitian berikutnya. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 9 Februari 2022



Muhamad Rizki Daffa Putra Ghaliza

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhamad Rizki Daffa Putra Ghaliza
NIM : 1171001021
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksekutif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya ini yang berjudul :

“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Coffeeright Cibubur)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Noneklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatika, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 9 Februari 2022

Yang menyatakan,



(Muhamad Rizki Daffa P G)

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere*
Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Coffeeright Cibubur)**

Muhamad Rizki Daffa Putra Ghaliza¹

ABSTRAK

Dengan adanya persaingan bisnis yang ada pada industri *coffee shop* menyebabkan semakin tinggi pula tingkat bisnis *coffee shop* yang dihadapi oleh Coffeeright Cibubur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan di Coffeeright Cibubur. Sampel pada penelitian ini diambil sebanyak 100 responden dan teknik yang digunakan *probability sampling*. Data dalam penelitian ini menggunakan metode survey melalui kuesioner yang diisi oleh konsumen. Data diperoleh dengan menggunakan analisis regresi berganda.

Variabel yang berpengaruh paling kuat terhadap loyalitas pelanggan yaitu *store atmosphere*. Hal itu didukung dengan hasil uji t yang didapatkan sebesar $0,037 < 0,05$ dengan nilai t hitung lebih besar dari pada variabel kualitas pelayanan sebesar 2,114. Sehingga pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel *store atmosphere* adalah variabel yang paling dominan atau variabel yang mempunyai pengaruh yang paling kuat terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere, Loyalitas Pelanggan

*Effect of Service Quality and Store Atmosphere
Towards Customer Loyalty (Coffeeright Cibubur Case Study)*

Muhamad Rizki Daf fa Putra Ghaliza¹

ABSTRACT

With the business competition that exists in the coffee shop industry, the level of coffee shop business faced by Coffeeright Cibubur is also getting higher. This study aims to determine how much influence service quality and store atmosphere have on customer loyalty at Coffeeright Cibubur. The sample in this study was taken as many as 100 respondents and the technique used was probability sampling. The data in this study used a survey method through questionnaires filled out by consumers. Data obtained by using multiple regression analysis.

The variable that has the strongest influence on customer loyalty is store atmosphere. This is supported by the results of the t-test obtained at $0.037 < 0.05$ with a t-count value greater than the service quality variable of 2.114. So that in this study it can be concluded that the store atmosphere variable is the most dominant variable or the variable that has the strongest influence on customer loyalty.

Keywords: Service Quality, Store Atmosphere, Customer Loyalty

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	IV
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	VI
ABSTRAK	VII
ABSTRACT	VIII
BAB I PENDAHULUAN.....	14
1.1 Latar Belakang	14
Tabel 1.1 Data Jumlah Pelanggan Berdasarkan Transaksi Coffeeright Cibubur.....	17
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan Penelitian	18
1.4 Manfaat penelitian	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Definisi Kualitas Pelayanan	20
2.1.1 Dimensi Kualitas Pelayanan	21
2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	23
2.2 Definisi Store Atmosphere.....	23
2.2.1 Dimensi Store Atmosphere	25
2.3 Definisi Loyalitas Pelanggan	28
2.3.1Dimensi Loyalitas Pelanggan	29
2.4 Penelitian Terdahulu	29
2.5 Kerangka Pikir	34
Gambar 2.5 Kerangka Pikir	34
2.6 Hipotesis Peneltian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2Lokasi Penelitian.....	36
3.3 Objek Penelitian.....	36
3.4 Populasi.....	36
3.4.1 Sampel.....	37
3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel	38
3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	38
	IX

3.5.1 Sumber Data.....	38
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	39
Tabel 3.5 Skala Semantik Differensial	39
3.6 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	40
Tabel 3.7 Operasional Variabel	40
3.7 Teknik Analisis Data.....	44
3.7.1 Uji Instrumen	44
3.7.1.1 Uji Validitas	44
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	44
3.7.2 Analisis Deskriptif	45
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.7.3.1 Uji Normalitas.....	45
3.7.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	46
3.7.3.3 Uji Multikolinearitas	46
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda	47
3.9 Uji Hipotesis	47
3.9.1 Uji F (Uji Stimultan).....	47
3.9.2 Uji T (Uji Parsial)	47
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R²)	48
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Hasil Penelitian	49
4.1.1 Pre-test Kuesioner.....	49
4.1.2 Uji Validitas	49
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Pre-test	50
4.1.3 Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Pre-test	51
4.2 Profil Responden.....	52
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Kunjungan Dalam Tiga Bulan Terakhir	53
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Kunjungan Dalam Tiga Bulan Terakhir.....	53
4.3 Statistik Deskriptif Variabel	54
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	54
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	54
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	55
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X2).....	55
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	56
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.....	56
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	57
4.4.1 Uji Normalitas.....	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas one-sample Komlogorov Smirnov Test.....	57
4.4.2 Uji Heteroskedastitas.....	58
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastitas	58
4.4.3 Uji Multikolinieritas.....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	59
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	60
Tabel 4.11 Analisis Regresi Linear Berganda	60
4.6 Uji Hipotesis	61
4.6.1 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji T)	61
Tabel 4.12 Hasil Uji T (Parsial).....	61
4.6.2 Uji F (Simultan)	62
Tabel 4.13 Hasil Uji F (Simultan).....	63
4.6.3 Koefisien Determinasi	63
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	64
4.7 Pembahasan.....	64
BAB V KESIMPULAN	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Batasan Penelitian.....	67

5.3Saran	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	73
Lampiran 1	73
Lembar Kuesioner.....	73
Lampiran 2	80
Hasil Uji Penelitian.....	80
Hasil Uji Validitas Pre-test	80
Hasil Uji Reliabilitas Pre-test.....	82
Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	82
Analisis Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X2)	82
Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.....	83
Hasil Uji Normalitas one-sample Komlogorov Smirnov Test.....	83
Hasil Uji Heteroskedastitas.....	84
Hasil Uji Multikolinieritas	85
Analisis Regresi Linear Berganda	85
Hasil Uji T (Parsial)	85
Hasil Uji F (Simultan).....	86
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)	86