



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(STUDY KASUS PADA JOIN KOPI BULUNGAN
BLOK M JAKARTA SELATAN)**

SKRIPSI

FANNY SEPTIANSYAH

1616.1111.0864

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

JAKARTA

2020

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Jakarta, 24 Juli 2020



Fanny Septiansyah

NIM : 1616.111.0864

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Fanny Septiansyah
NIM : 1616.1111.0864
Program Studi : Manajemen
Judul Ptoposal : Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Kualitas Pelayanan
Terhadap Loyalitas Konsumen (Study Kasus Pada Join
Kopi Bulungan Blok M Jakarta Selatan)

Jakarta, 24 Juli 2020

Pembimbing Utama



(Zurlina Lubis., S.E., M.M)

Pembimbing Pendamping



(Drs. Mulyono Yusuf., M.M)

Mengetahui,

Puket I Bidang Akademik STIE JIC




(Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM)

PANITIA UJIAN SKRIPSI STRATA SATU

Uji Skripsi Diselenggarakan : 14 Agustus 2020

TIM PENGUJI

Nama

Tanda Tangan

Ketua

: Drs. H. Arjuna W, M. A.

Anggota

: 1. Dr. Evi Susanti, M.M.

2.

Mulyono Yusuf

3.

Zurlina Lubis, S.E.M.M

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia kepada hamba-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Hanya karena ridho Allah swt, saya dapat menyelesaikan proposal skripsi ini yang diberi judul “Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen (Study Kasus Pada Join Kopi Bulungan Blok M Jakarta Selatan).

Penelitian ini dibuat dan disusun berdasarkan teori-teori dari penelitian yang sudah ada sebelumnya mengenai variabel-variabel yang penulis buat pada skripsi ini. Tujuan dari skripsi ini guna untuk memenuhi syarat untuk menempuh Sarjana Ekonomi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jakarta International College. Saya menyadari di dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, saya mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak guna memperbaiki skripsi ini agar menjadi lebih baik di kemudian hari.

Berkat bimbingan dari para dosen dan rekan-rekan maka skripsi ini dapat penulis selesaikan tepat pada waktunya. Ditengah penyusunan penulis sempat merasa patah semangat dan merasa lelah untuk menyelesaikan skripsi ini, namun berkat dukungan, bimbingan serta doa dari berbagai pihak dosen dan rekan-rekan membuat penulis berfikir bahwa ada hal di depan mata yang tidak bisa ditunda dan harus diselesaikan.

Untuk itu, tidak lupa pada kesempatan ini penulis secara khusus ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Agus Susanto, MM. Selaku Ketua STIE Jakarta International College.
2. Bapak Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM. Selaku Puket I STIE Jakarta International College.
3. Ibu Dr. Evi Susanti, SE, MM. Selaku Ketua Prodi Manajemen STIE Jakarta International College.
4. Bapak H. Kaswandi Z. SE, MM. Selaku Ketua Prodi Akuntansi STIE Jakarta International College.
5. Ibu Zurlina Lubis., S.E., M.M. dosen pembimbing utama atas masukkan dan waktunya, serta sangat sabar kepada saya sehingga dapat menyelesaikan proposal ini tepat pada waktunya.
6. Bapak Drs. Mulyono Yusuf, M.M.selaku dosen pembimbing pendamping, yang telah memberikan saran dan nasihat dalam penulisan proposal skripsi ini
7. Seluruh dosen yang tidak pernah letih memberikan ilmunya dan seluruh staff yang berperan penting dalam keberlangsungan perkuliahan.
8. Pihak Join Kopi Bulungan Jakarta Selatan yang telah memberikan izin bagi saya selaku penulis untuk melakukan penelitian.
9. Ayah Muhammad Arifin dan Ibu Endah Yulipah selaku orangtua yang telah mendukung dan memberikan doa sepanjang waktu untuk anaknya.
10. Sumayyah yang telah mendengarkan, mendoakan, memberikan dukungan dan masukkan.

11. Saiman, Moch Dwi Nurcahyo, M. Faurizal Masri, Ifa Nafisah, Aprilia Larasanti, Amalia Dwi Puspita, Demsitriani Butar-butur, Mila Rafika, Hikmah Turahmah selaku teman satu kelas dan teman seperjuangan selama masa kuliah
12. Ewin Saefuloh, Indra Bayu Prabowo, Delvian, selaku sahabat yang sudah memberikan dukungan dan mendengarkan keluh kesah selama perkuliahan.
13. Muhammad Syarifudin, Muhammad Billy Awaludin, Fikriansyah, Muhammad Ilham Nurmandi, Mochammad Yogi Syahputra, Audi Hermawan, Zakaria Hermawan selaku sahabat rumah saya yang memberikan semangat.
14. Mahasiswa/i STIE Jakarta International College terutama angkatan 2016, terima kasih untuk kebersamaan selama 4 tahun ini.
15. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan, terima kasih telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini kelak dapat bermanfaat dan menjadi suatu karya yang memberi dampak positif serta berguna untuk siapa saja yang membacanya.

Jakarta, 24 Juli 2020

Penulis,

METERAL
TEMPEL
12A25841F425979102
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Fanny Septiansyah

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai sivitas akademika STIE Jakarta International College, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fanny Septiansyah

NIM : 1616.1111.0864

Program Studi : Manajemen Pemasaran

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada STIE Jakarta International College **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** atas skripsi saya yang berjudul :

“Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen (Study Kasus Pada Join Kopi Bulungan Blok M Jakarta Selatan)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini STIE Jakarta International College berhak menyimpan, mengalihkan/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Jakarta, 24 Juli 2020



Fanny Septiansyah

1616.1111.0864

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang masalah Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen (Study Kasus Pada Join Kopi Bulungan Blok M Jakarta Selatan). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada Kedai Join Kopi. Penelitian ini dilakukan pada Kedai Join Kopi, waktu penelitian dilakukan dari bulan Februari hingga Juli 2020.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh variabel *Store Atmosphere* terhadap Loyalitas Konsumen dari hasil uji T dimana $t_{hitung} = 13,272$ lebih besar $t_{tabel} = 1,99167$ atau $(13,272 > 1,99167)$ dan adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dari hasil uji T dimana $t_{hitung} = 19,467$ lebih besar $t_{tabel} = 1,99167$ atau $(19,467 > 1,99167)$. Dan dari hasil uji koefisien determinasi variabel *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan mempengaruhi Loyalitas Konsumen sebesar 83,4% dan sisanya sebesar 16,6% dipengaruhi oleh aspek lain. Dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang sangat kuat dari variabel *Store Atmosphere* dan Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

This study discusses the issue of the Effect of Store Atmosphere and Service Quality on Consumer Loyalty (Case Study on Join Coffee Bulungan Blok M, South Jakarta). The purpose of this study was to determine how much influence the Store Atmosphere and Service Quality on Consumer Loyalty at Join Coffee Shops. This research was conducted at the Join Coffee Shop, when the study was conducted from February to July 2020.

The results showed the influence of Store Atmosphere variables on Consumer Loyalty from the T test results where $t_{count} = 13.272$ was greater than $t_{table} = 1,99167$ or $(13.272 > 1,99167)$ and there was an influence of Service Quality on Consumer Loyalty from the T test results where $t_{count} = 19.467$ greater than $t_{table} = 1,99167$ or $(19.467 > 1,99167)$. And from the test results the coefficient of determination of Store Atmosphere and Service Quality variables affects Consumer Loyalty by 83.4% and the remaining 16.6% is influenced by other aspects. It can be concluded that there is a very strong influence of Store Atmosphere and Service Quality variables on Consumer Loyalty.

Keywords: Store Atmosphere, Service Quality and Consumer Loyalty

DAFTAR ISI

Hal

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8

BAB II KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori	10
1. Kajian Teori 1 : <i>Store Atmosphere</i>	10
2. Kajian Teori 2 : Kualitas Pelayanan	16
3. Kajian Teori 3 : Loyalitas Konsumen	19
B. Penelitian Sebelumnya	23
C. Rerangka Pemikiran	27
D. Hipotesis	28

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	29
B. Populasi, Sampel dan Metode Peumpulan Data	29
C. Definisi Operasional Variabel	34
D. Teknik Analisis Data	35

E. Gambaran Umum Objek penelitian	52
---	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Penelitian.....	56
B. Pengolahan Data.....	58
C. Pengujian Hipotesis	79
D. Pembahasan Hasil Penelitian	100

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	101
B. Keterbatasan	101
C. Saran	101

DAFTAR PUSTAKA	103
-----------------------------	------------

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Sebelumnya	23
Tabel 3.1	Tabel Sugiyono	30
Tabel 3.2	Tabel Nilai	36
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas <i>Store Atmosphere</i> (X1)	37
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)	38
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen (Y)	38
Tabel 3.6	Hasil Uji Realibilitas <i>Store Atmosphere</i> (X1)	40
Tabel 3.7	Hasil Uji Realibilitas Kualitas Pelayanan (X2)	40
Tabel 3.8	Hasil Uji Realibilitas Loyalitas Konsumen (Y)	40
Tabel 3.9	Skala Pengukuran	42
Tabel 3.10	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	48
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	56
Tabel 4.2	Usia Responden	57
Tabel 4.3	Pendidikan Terakhir Responden	57
Tabel 4.4	Penghasilan Responden	58
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 1 Indikator <i>Store Atmosphere</i> (X1)	59
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 2 Indikator <i>Store Atmosphere</i> (X1)	60
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 3 Indikator <i>Store Atmosphere</i> (X1)	61
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 4 Indikator <i>Store Atmosphere</i> (X1)	61
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 5 Indikator <i>Store Atmosphere</i> (X1)	62

Tabel 4.10	Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 6 Indikator <i>Store Atmosphere</i> (X1)	63
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 7 Indikator <i>Store Atmosphere</i> (X1)	63
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 8 Indikator <i>Store Atmosphere</i> (X1)	64
Tabel 4.13	Hasil Rekapitulasi Penelitian <i>Store Atmosphere</i> (X1)	64
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 1 Indikator Kualitas Pelayanan (X2)	66
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 2 Indikator Kualitas Pelayanan (X2)	67
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 3 Indikator Kualitas Pelayanan (X2)	67
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 4 Indikator Kualitas Pelayanan (X2)	68
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 5 Indikator Kualitas Pelayanan (X2)	69
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 6 Indikator Kualitas Pelayanan (X2)	69
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 7 Indikator Kualitas Pelayanan (X2)	70
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 8 Indikator Kualitas Pelayanan (X2)	71
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 9 Indikator Kualitas Pelayanan (X2)	71
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 10 Indikator Kualitas Pelayanan (X2)	72
Tabel 4.24	Hasil Rekapitulasi Penelitian Kualitas Pelayanan (X2)	72
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 1 Indikator Loyalitas Konsumen (Y)	74
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 2 Indikator Loyalitas Konsumen (Y)	75

Tabel 4.27	Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 3 Indikator Loyalitas Konsumen (Y)	76
Tabel 4.28	Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 4 Indikator Loyalitas Konsumen (Y)	77
Tabel 4.29	Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 5 Indikator Loyalitas Konsumen (Y)	77
Tabel 4.30	Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 6 Indikator Loyalitas Konsumen (Y)	78
Tabel 4.31	Hasil Rekapitulasi Penelitian Loyalitas Konsumen (Y)	78
Tabel 4.32	Uji Normalitas Menggunakan Kolmogorov – Smirnov	81
Tabel 4.33	Uji Multikolonieritas Berdasarkan Nilai Tolerance Dan Inflation	82
Tabel 4.34	Uji Regresi Linear <i>Store Atmosphere</i> (X1) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	84
Tabel 4.35	Uji Regresi Linear Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	87
Tabel 4.36	Uji Regresi Linear Berganda	89
Tabel 4.37	Uji Koefisien Korelasi Sederhana <i>Store Atmosphere</i> (X1) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	90
Tabel 4.38	Uji Koefisien Korelasi Sederhana Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y).....	91
Tabel 4.39	Uji Korelasi Berganda	91
Tabel 4.40	Uji Koefisien <i>Store Atmosphere</i> (X1) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	92
Tabel 4.41	Uji Koefisien Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	93
Tabel 4.42	Uji Koefisien <i>Store Atmosphere</i> (X1) Dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Secara Silmutan	94
Tabel 4.43	Uji T <i>Store Atmosphere</i> (X1) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	95

Tabel 4.44	Uji T Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	97
Tabel 4.45	Uji F <i>Store Atmosphere</i> (X1) Dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar1.1	Daftar Area Kedai Kopi Area Blok Jakarta Selatan	3
Gambar 2.1	Rerangka Berpikir	27
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas Menggunakan Histogram	80
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas Menggunakan p-plot	80
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroskedasitas	83
Gambar 4.4	Grafik Regresi Linear Sederhana <i>Store Atmosphere</i> (X1) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	86
Gambar 4.5	Grafik Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	88
Gambar 4.6	Grafik Uji T <i>Store Atmosphere</i> (X1) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	96
Gambar 4.7	Grafik Uji T Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	98

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	I
Lampiran 2	Tabulasi <i>Store Atmosphere</i>	VI
Lampiran 3	Tabulasi Kualitas Pelayanan.....	XI
Lampiran 4	Tabulasi Loyalitas Konsumen.....	XII
Lampiran 5	Validitas	XV
Lampiran 6	Reliabilitas.....	XVI
Lampiran 7	Rata-rata Kuesioner.....	XVII
Lampiran 8	Jenis Kelamin.....	XVIII
Lampiran 9	Usia Responden.....	XVIII
Lampiran 10	Pendidikan Terakhir	XIX
Lampiran 11	Penghasilan.....	XIX
Lampiran 12	Hasil Rekapitulasi <i>Store Atmosphere</i>	XIX
Lampiran 13	Hasil Rekapitulasi Kualitas pelayanan.....	XX
Lampiran 14	Hasil Rekapitulasi Loyalitas Konsumen.....	XXI
Lampiran 15	Uji Normalitas Histogram.....	XXII
Lampiran 16	Uji Normalitas P.Plot.....	XXII
Lampiran 17	Uji Normalitas Kolmogorov – Smirnov.....	XXIII
Lampiran 18	Uji Multikolonieritas Nilai Tolerance dan Variance Inflation ..	XXIII
Lampiran 19	Hasil Uji Heteroskedasitas.....	XXIII
Lampiran 20	Uji Regresi Linear Berganda.....	XXIV
Lampiran 21	Uji Korelasi Berganda.....	XXIV
Lampiran 22	Uji Koefisien X1, X2, Terhadap Y.....	XXIV
Lampiran 23	Uji Statistik (Uji T) X1 Terhadap Y.....	XXV
Lampiran 24	Uji Statistik (Uji T) X2 Terhadap Y.....	XXV
Lampiran 25	Uji Simultan (Uji F) X1, X2 Terhadap Y.....	XXV
Lampiran 26	Uji T.....	XXVI
Lampiran 27	R Tabel.....	XXXII

Lampiran 28	Uji F.....	XXXIII
Lampiran 29	Surat Persetujuan Riset Perusahaan.....	XXXVI
Lampiran 30	Daftar Riwayat Hidup.....	XXXVII
Lampiran 31	Suasana Dalam Objek.....	XXXVIII