

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *STORE ATMOSPHERE*, DAN
EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA FAMICAFÉ TENGGILIS SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

**MAYHANA DWI NOVITASARI
20012010056 / FEB / EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2024

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *STORE ATMOSPHERE*, DAN
EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA FAMICAFÉ TENGGILIS SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

**MAYHANA DWI NOVITASARI
20012010056 / FEB / EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2024

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, STORE ATMOSPHERE, DAN
EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

PADA FAMICAFÉ TENGGILIS SURABAYA

Disusun Oleh :

MAYHANA DWI NOVITASARI

20012010056 / FEB / EM

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi


Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal : 19 Juli 2024

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Pembimbing Utama


Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIP. 196901132021212003


Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M.
NIP. 196801081989031001

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mayhana Dwi Novitasari
NIM : 20012010056
Fakultas /Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere*, *Experiential Marketing* dan Loyalitas Pelanggan Pada FamiCafé Tenggilis Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 19 Juli 2024

Yang Menyatakan



(Mayhana Dwi Novitasari)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya serta karunia-Nya, dan menjunjung tinggi kebesaran Nabi Muhammad Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam, sehingga penulis dapat menyusun skripsi sebagai syarat pelaksanaan penelitian untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere*, dan *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada FamiCafe Tenggilis Surabaya”**. Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini telah mendapatkan dukungan dan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, ucapan terima kasih tak terukur penulis ucapkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan petunjuk, kesabaran, kekuatan, keteguhan, serta menganugerahkan kesehatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT, IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dr. Wiwik Handayani S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

5. Bapak Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak dorongan, arahan, serta motivasi yang besar dalam penyusunan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan benar.
6. Ibu Dra. Ec. Siti Aminah, MM selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan serta dukungan semasa menempuh perkuliahan.
7. Seluruh dosen Program Studi Manajemen yang telah tulus dan ikhlas memberikan ilmunya kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Kedua orang tua penulis yang sangat berjasa, ayah Anton dan mama Novita yang telah mengasuh, mendidik, dan membimbing dengan penuh cinta serta kasih sayang yang amat besar serta pemberian dukungan materi hingga dukungan melalui doa yang dipanjatkan tanpa henti untuk penulis demi kelancaran hingga masa studi berakhir.
9. Kedua saudara kandung saya, kakak Liul dan adek Aca yang tiada hentinya memberikan doa, dukungan, motivasi, dan selalu menemani penulis.
10. Seluruh sahabat penulis yang berada dimanapun tempatnya selalu bersabar menemani dan mendampingi, memberikan semangat, motivasi, dan doa dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
11. Serta teman-teman dan seluruh pihak yang tak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan banyak bantuan serta dukungan selama penyusunan skripsi.

Penulis berupaya menyusun skripsi ini dengan sebaik-baiknya dan yakin bahwa penulisan ini menjadi karya terbaik yang dipersembahkan selama menempuh perjalanan strata satu (S1) di perkuliahan. Namun penulis menyadari sepenuhnya atas kekurangan didalamnya. Penulis mengharapkan adanya kritik maupun saran yang membangun agar dapat menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat manfaat serta memberikan wawasan pengetahuan bagi berbagai pihak yang membacanya.

Surabaya, 12 Juli 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	18
1.3 Tujuan Penelitian.....	19
1.4 Manfaat Penelitian.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
2.2 Tinjauan Teori.....	24
2.2.1 Pemasaran.....	24
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	26
2.2.3 Kualitas Pelayanan.....	27
2.2.4 <i>Store Atmosphere</i>	33
2.2.5 <i>Experiential Marketing</i>	38
2.2.6 Loyalitas Pelanggan.....	44
2.3 Hubungan antara Variabel.....	49
2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	49
2.3.2 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	50
2.3.3 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan..	51
2.4 Kerangka Konseptual.....	52
2.5 Hipotesis.....	53
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	54
3.1 Metode Penelitian.....	54
3.2 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel.....	54

3.2.1	Definisi Operasional Variabel	54
3.2.2	Pengukuran Variabel	62
3.2	Teknik Penentuan Sampel	62
3.2.1	Populasi	62
3.2.2	Sampel.....	63
3.3	Teknik Pengumpulan Data	65
3.3.1	Jenis Data	65
3.3.2	Sumber Data.....	65
3.3.3	Metode Pengumpulan Data.....	66
3.4	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	66
3.4.1	Teknik Analisis Data	66
3.4.2	Cara Kerja PLS	68
3.4.3	Langkah-Langkah PLS.....	69
3.4.4	Asumsi PLS.....	77
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		78
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	78
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	80
4.2.1	Analisis Karakteristik Responden	80
4.2.2	Hasil Uji Analisis Deskriptif	83
4.2.3	Deskripsi Variabel Penelitian	84
4.3	Analisis dan Pengujian Hipotesis	99
4.3.1	Evaluasi Outlier.....	99
4.3.2	Hasil Interpretasi PLS	100
4.4	Pembahasan	110
4.4.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	110
4.4.2	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	111
4.4.3	Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	113
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		115
5.1	Kesimpulan.....	115
5.2	Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA.....		117
LAMPIRAN.....		122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Asia <i>Retail Sales</i> YoY 2024.....	2
Gambar 1. 2 Indonesia <i>Retail Sales</i> 2024	3
Gambar 1. 3 <i>Google Maps Review</i> FamilyMart Tenggilis.....	11
Gambar 1. 4 <i>Review</i> Konsumen FamilyMart Tenggilis	12
Gambar 1. 5 Jawaban responden (<i>preliminary research</i>).....	14
Gambar 1. 6 Jawaban responden (<i>preliminary research</i>).....	15
Gambar 1. 7 Jawaban responden (<i>preliminary research</i>).....	16
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	52
Gambar 3. 1 Diagram Jalur <i>Patrial Least Square</i>	70
Gambar 4. 1 <i>Outer Model</i> dengan <i>Factor Loading, Path Coefficient</i>	106
Gambar 4.2 Inner Model dengan nilai signifikansi T-Statistic Bootstraping	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 2 <i>Top Brand Index</i> Kategori <i>Retail</i> Tahun 2020-2023	5
Tabel 1. 3 <i>Pra-survey</i>	13
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran.....	62
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	81
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	82
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif.....	83
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Terkait Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	85
Tabel 4. 6 Frekuensi Jawaban Terkait Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X2)	89
Tabel 4. 7 Frekuensi Jawaban Terkait Variabel <i>Experiential Marketing</i> (X3).....	92
Tabel 4. 8 Frekuensi Jawaban Terkait Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	96
Tabel 4.9 Hasil Uji Outlier	100
Tabel 4.10 Tabel <i>Outer Loadings</i> (<i>Mean, STDEV, T-Values</i>).....	102
Tabel 4.11 <i>Cross Loading</i>	103
Tabel 4. 12 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	104
Tabel 4. 13 <i>Composite Reliability</i>	105
Tabel 4. 14 Latent Variable Correlations.....	105
Tabel 4.15 <i>R-Square</i>	107
Tabel 4. 16 <i>Path Coefficients</i> (<i>Mean, STDEV, T-Values</i>).....	108

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	122
Lampiran 2 Tabulasi Data	129
Lampiran 3 Frekuensi Data Identitas Responden	132
Lampiran 4 Deskriptif Data Jawaban Responden.....	133
Lampiran 5 Frekuensi Data Jawaban Responden	134
Lampiran 6 Uji Outlier.....	140
Lampiran 7 Hasil Olah Data PLS	141

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *STORE ATMOSPHERE*, DAN
EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA FAMICAFÉ TENGGILIS SURABAYA**

Oleh:

**MAYHANA DWI NOVITASARI
20012010056/FEB/EM**

ABSTRAK

Persaingan bisnis ritel menjadi arena persaingan yang sangat kompetitif dan dinamis dalam ranah ekonomi global. Terjadinya kompetisi sengit antar bisnis ritel yang saling berlomba-lomba menarik minat konsumen untuk menjadi pemimpin pasar dengan menyusun berbagai rencana strategis agar dapat meningkatkan keunggulan bersaing. FamilyMart di bawah naungan PT Fajar Mitra Indah menjadi salah satu bisnis ritel modern yang sedang berupaya untuk memenangkan pasar di Indonesia. Menciptakan lini gerai makanan dan minuman dengan merek FamiCafé sebagai upaya strategi *brand extension*. Membawa konsep *convenience store* yang dipadukan dengan suasana *café* menjadikan keunikan tersendiri. Tujuan penelitian ini untuk meneliti adanya pengaruh kualitas pelayanan, *store atmosphere*, dan *experiential marketing* terhadap loyalitas pelanggan pada FamiCafé Tenggilis Surabaya.

Penelitian dengan metode Kuantitatif melibatkan 108 sampel yang dihitung berdasarkan rumus Hair. Pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dan penentuan sampelnya menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria pelanggan FamiCafé Tenggilis Surabaya yang telah melakukan pembelian lebih dari satu kali dan minimal berusia 17 tahun. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar melalui *google forms* dan diukur dengan skala *likert*. Proses analisis data menggunakan alat analisis *Partial Least Squares* (PLS) dengan *software* SmartPLS untuk menguji validitas, reliabilitas, serta hipotesis.

Hasil penelitian dengan pengujian data dapat disimpulkan bahwa: (1) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada FamiCafé Tenggilis Surabaya. (2) *Store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada FamiCafé Tenggilis Surabaya. (3) *Experiential marketing* memiliki berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada FamiCafé Tenggilis Surabaya.

Kata Kunci: Loyalitas Pelanggan, Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere*, *Experiential Marketing*