

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *STORE ATMOSPHERE*  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA *COFFEE SHOP PIT-STOP*  
KIG GRESIK**



Diajukan oleh :

Nabil Abiyu Rohman

20012010301/FEB/EM

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

**2024**

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *STORE ATMOSPHERE*  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA *COFFEE SHOP PIT-STOP KIG*  
GRESIK

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen



Diajukan oleh :

Nabil Abiyu Rohman

20012010301/FEB/EM

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

2024

**SKRIPSI**

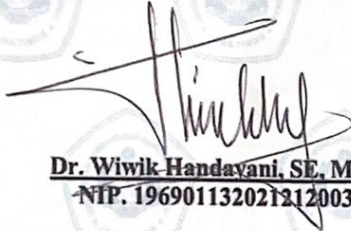
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *STORE*  
*ATMOSPHERE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PADA COFFEE SHOP PIT-STOP KIG GRESIK**

Disusun Oleh :

**NABIL ABIYU ROHMAN**  
20012010301 / 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 : 13 September 2024

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

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

**Pembimbing Utama**

  
**Zumrotul Fitriyah, SE, MM**  
NIP. 380121002881

Mengetahui,  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa  
Timur**

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

## **LEMBAR PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nabil Abiyu Rohman  
NPM :20012010301  
Fakultas /Program Studi :Ekonomi dan Bisnis / Manajemen  
Judul Skripsi/Tugas Akhir :Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap  
Loyalitas Pelanggan Pada Coffee Shop Pit-Stop KIG  
Gresik

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, 13 September 2024

Yang Menyatakan



Nabil Abiyu Rohman

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim. Segala bentuk rasa syukur ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat, rahmat, serta hidayah-Nya, sehingga atas izin-Nya penulis dapat mengerjakan proposal ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Coffe Shop Pit-Stop KIG Gresik” guna memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Strata Satu (S1) Sarjana Manajemen. Sholawat serta salam tak henti-hentinya tercurahkan atas junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun dari jalan yang gelap ke jalan yang terang yakni addinul Islam.

Tentu dalam penyelesaian mengerjakan proposal skripsi ini, penulis meminta terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang ikut memberikan dukungan, memberikan nasehat, serta semua pihak yang turut andil dalam menemani penulis dalam mengerjakan proposal skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kepada Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT.
2. Kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP.
3. Kepada Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si.

4. Kepada Dosen Pembimbing Skripsi saya. Ibu Zumrotul Fitriyah, S.E., M.M. yang telah membimbing, memberi arahan, saran, serta nasehat kepada saya dengan penuh kesabaran.
5. Ayah dan Mama yang tak henti-hentinya melantunkan doa, memberikan kasih sayang, membimbing, memberikan nasehat, memberikan dukungan yang tak ada hentinya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
6. Kepada istri saya Nurvita Kurnia Farahdilla yang selalu menemani, memberikan dukungan, dorongan, serta kebersamaan penulis dalam melewati proses penulisan proposal skripsi.
7. Kepada buah hati saya Ceisya Zeline Syakira terima kasih telah hadir di kehidupan saya, memberikan semangat tersendiri buat penulis dalam menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini.
8. Saudara Mi'zar, Luthfi, Syahrul, Verrol, Yudha, Arde, Bagas Afif, Aha, Burhan, Faris Bj, Erwin, dan Palar. Kerabat dan saudara penulis yang akan penulis ingat selalu, yang bersedia untuk bertukar pikiran, saling mendukung, saling berbagi waktu, dan saling menghibur.
9. Saudari Nadhifa, Vannesa, Varas, dan Eka. Kerabat dan saudara penulis yang akan penulis ingat selalu, yang bersedia untuk bertukar pikiran, saling mendukung, saling berbagi waktu, dan saling menghibur.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	i
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Kajian Teori.....	13
2.2.1. Teori Hierarki Maslow.....	13
2.2.2. Kualitas Layanan.....	14
2.2.2.1. Dimensi Kualitas Layanan.....	14
2.2.3. Store Atmosphere.....	17
2.2.3.1. Indikator Store Atmosphere.....	18
2.2.4. Loyalitas Pelanggan.....	21



2.2.4.1.	Indikator Loyalitas Pelanggan. ....	22
2.3.	Hubungan Antar Variabel .....	24
2.3.1.	Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	24
2.3.2.	Hubungan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	25
2.4.	Kerangka Konseptual .....	26
2.5.	Hipotesis.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		28
3.1.	Definisi Operasional Variabel .....	28
3.1.1.	Variabel Independen (X) .....	28
3.1.2.	Variabel Dependen (Y).....	31
3.2.	Pengukuran Variabel .....	33
3.3.	Teknik Penentuan Populasi dan Sampel.....	33
3.3.1.	Populasi.....	33
3.3.2.	Sampel. ....	34
3.4.	Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.4.1.	Jenis Data.....	35
3.4.2.	Sumber Data .....	35
3.5.	Uji Validitas dan Realibilitas.....	35
3.5.1.	Uji Validitas.....	35
3.5.2.	Uji Realibilitas .....	36
3.6.	Teknik Analisis Data .....	37
3.6.1.	Teknik Analisis Data .....	37
3.6.2.	Pengukuran Metode Partial Least Square (PLS) .....	37

3.7. Uji Hipotesis.....	41
3.8. Model Pengukuran Penelitian.....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	43
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian .....	44
4.2.1. Data Karakteristik Responden.....	44
4.2.2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	45
4.3. Pengujian Hipotesis .....	65
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian.....	65
4.4.1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	66
4.4.2. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	67
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>69</b>
5.1. Kesimpulan.....	69
5.2. Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>
<b>Lampiran .....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Pit-Stop Oktober 2023-Februari 2024 .....	4
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....	44
Tabel 4. 2 Umur Responden.....	45
Tabel 4. 3 Analisis Deskripsi Kualitas Layanan (X1).....	46
Tabel 4. 4 Analisis Deskripsi Store Atmosphere (X2).....	51
Tabel 4. 5 Analisis Deskripsi Loyalitas Pelanggan (Y) .....	54
Tabel 4. 6 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values, P-Values) .....	57
Tabel 4. 7 Nilai loading factor untuk semua konstruk .....	59
Tabel 4. 8 Cross Loading .....	61
Tabel 4. 9 Average Variance Extracted (AVE) .....	62
Tabel 4. 10 Composite Reliability .....	63
Tabel 4. 11 R-Square.....	63
Tabel 4. 12 Path Coefficient (Mean, STDEV, T-Values).....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pit-Stop Kopi Gold KIG.....	4
Gambar 1. 2 Ulasan Pit-Stop Gresik .....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 3. 1 Model Pengukuran Penelitian .....	42
Gambar 4. 1 Model PLS .....	59

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA COFFEE SHOP PIT-STOP KIG GRESIK**

Oleh:

NABIL ABIYU ROHMAN

20012010301/FEB/EM

Pada saat ini perkembangan kopi di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup pesat, aktivitas meminum kopi telah menjadi rutinitas yang digemari oleh hampir seluruh kalangan, baik remaja sampai dewasa. Kopi kini bukan hanya sekedar penghilang rasa kantuk, tetapi telah menjadi gaya hidup dimana coffee shop menjadi tempat berkumpul yang sangat diminati. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu adanya pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Store Atmosphere (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Pit-Stop Kopi KIG Gresik. Metode penelitian yang digunakan merupakan metode penelitian kuantitatif dengan Teknik pengolahan data menggunakan Partial Least Square (PLS). Sampel penelitian dalam penelitian ini berjumlah 108 responden, yaitu para pelanggan Pit-Stop Kopi KIG Gresik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan.

*Kata Kunci : Kualitas Layanan, Store Atmosphere, Loyalitas Pelanggan.*

## ABSTRACT

### PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA COFFEE SHOP PIT-STOP KIG GRESIK

Oleh:

NABIL ABIYU ROHMAN

20012010301/FEB/EM

Currently, the development of coffee in Indonesia has increased quite rapidly, the activity of drinking coffee has become a routine that is popular with almost all groups, both teenagers and adult. Coffee is now not just a way to relieve sleepiness, but has become a lifestyle where coffee shops have become a very popular gathering place. This research aims to find out the influence between Service Quality (X1) and Store Atmosphere (X2) on Customer Loyalty (Y) at the KIG Gresik Coffee Pit-Stop. The research method used is a quantitative research method with data processing techniques using Partial Least Squares (PLS). The research sample in this study consisted of 108 respondents, namely Pit-Stop Coffee customers. The research result show that Service Quality and Store Atmosphere have a positive effect on Customer Loyalty.

*Keywords: Service Quality, Store Atmosphere, Customer Loyalty.*