

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *STORE ATMOSPHERE*  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN FORE COFFEE  
G-WALK CITRALAND SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh :**

**SHAFIRA SALSABILLA**  
**20012010306/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2024**

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *STORE ATMOSPHERE*  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN FORE COFFEE  
G-WALK CITRALAND SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan**

**Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh :**

**SHAFIRA SALSABILLA**  
**20012010306/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**JAWA TIMUR**

**2024**

**SKRIPSI**

**PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN STORE ATMOSPHERE  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN FORE COFFEE  
G-WALK CITRALAND SURABAYA**

**Disusun Oleh :**

**SHAFIRA SALSABILLA**  
**20012010306 / 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 : 22 November 2024**

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

**Pembimbing Utama**

  
**Dr. Wiwik Handayani, SE., M.Si**  
**NIP. 196901132021219003**

  
**Drs. Ec. Supriyono, M.M.**  
**NIP. 196106261988031001**

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

  
**Dr. Dra. Ec. Iri Kardika Pertiwi, M.Si, CRP**  
**NIP. 196304201991032001**

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Shafira Salsabilla  
NPM : 20012010306  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen  
Judul Skripsi/Tugas Akhir : Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Pelanggan  
Fore Coffee G-Walk Citraland 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 disetujui 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, 22 November 2024

Yang Menyatakan



Shafira Salsabilla

## KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah ;memberikan nikmat dan karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Store Atmosphere* terhadap Loyalitas Pelanggan Fore Coffee G-Walk Citraland Surabaya” dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar pada program Pendidikan Strata 1 (satu) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam proses penyusunan Skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dan dorongan serta bimbingan dari beberapa pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak- pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan Skripsi, diantaranya:

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

4. Bapak Drs. Ec. Supriyono, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, serta masukan berharga kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan.
6. Pihak Fore Coffee G-Walk Citraland yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian dan memperoleh data penelitian ini.
7. Ayahanda Sukahar panutanku tercinta dan Ibunda Maslukhatin Hidayati pintu surgaku tercinta, yang selalu memberikan pengorbanan, kasih sayang yang tulus, dan segala dukungan moril serta materiil. Beliau selalu memberikan kasih sayang yang terbaik dan doa setulus hati tanpa henti sehingga penulis mampu menyelesaikan sampai meraih gelar sarjana. Terima kasih atas segala yang diberikan kepada Penulis yang tidak bisa dibandingkan dan digantikan oleh apapun selamanya.
8. Saudara kandung penulis Carissa Aulia Az Zahra yang telah memberikan doa dan semangat kepada Penulis selama penyusunan skripsi.
9. Seluruh keluarga besar penulis yang tidak dapat disebutkan satu-persatu karena telah memberikan banyak support, doa, semangat, dan dukungan kepada Penulis selama penyusunan skripsi.

10. Seseorang spesial yang tidak dapat penulis sebutkan namanya, yang telah menjadi supporter garis depan Penulis setelah orang tua dan saudara. Menemani dan memberi kesenangan, semangat, serta kebahagiaan kepada penulis, serta turut meluangkan waktu dan tenaga untuk Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Shihatul Lisani, dan sahabat serta rekan-rekan seperjuangan yang selalu memberikan semangat, bantuan, dan dukungan baik dalam masa perkuliahan maupun dalam penyusunan skripsi ini.
12. Teman-teman program studi Manajemen angkatan 2020, kakak tingkat, serta semua pihak yang terlibat dan tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang memberikan semangat dan dukungan selama perkuliahan maupun penyusunan skripsi.
13. Last but not least, terimakasih kepada diri saya sendiri karena telah berjuang dan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memerlukan banyak penyempurnaan dan koreksi. Oleh karena itu, masukan dan kritik yang membangun sangat diharapkan agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis serta para pembaca.

Gresik, 30 September 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.2 Perumusan Masalah</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.2 Landasan Teori</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.2.1 Pemasaran</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.2.2 Experiential Marketing</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.2.3 Store Atmosphere</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.2.4 Loyalitas Pelanggan</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.3 Hubungan Antar Variabel</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.3.1 Hubungan Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan</b> ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.3.2 Hubungan Store Atmosphere terhadap Loyalitas Pelanggan</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.4 Kerangka Konseptual</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



<b>2.5</b>	<b>Hipotesis .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
------------	------------------------	-------------------------------------

<b>BAB III</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.1.1 Definisi Operasional Variabel</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.1.1.1 Experiential Marketing (X1)</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.1.1.2 Store Atmosphere (X2)</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.1.1.3 Loyalitas Pelanggan (Y)</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.1.2 Pengukuran Variabel</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.2 Teknik Penentuan Sampel</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.2.1 Populasi</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.2.2 Sampel</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.3 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.3.1 Jenis Data</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.3.2 Sumber Data</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.3.3 Metode Pengumpulan Data</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.4.1 Uji Validitas</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.4.2 Uji Reliabilitas</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.5 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis</b> ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.5.1 Teknik Analisis Data</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.5.2 Cara Kerja PLS (Partial Least Square)</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.5.3 Model Spesifikasi PLS</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.5.4 Langkah-Langkah PLS</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.1 Deskripsi Obyek Penelitian</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.2 Deskripsi Hasil Penelitian</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

#### **4.2.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia... Error! Bookmark not defined.**

4.2.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis kelamin .....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Deskripsi Variabel .....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2.1 Deskripsi Variabel <i>Experiential Marketing</i> (X1) .....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2.2 Deskripsi Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X2)....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2.3 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	Error! Bookmark not defined.
4.3 Deskripsi Evaluasi Hasil .....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 <i>Outer Model</i> .....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Inner Model .....	Error! Bookmark not defined.
4.3.3 Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
4.4 Pembahasan .....	Error! Bookmark not defined.
4.4.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	Error! Bookmark not defined.
4.3.4 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	Error! Bookmark not defined.
BAB V.....	Error! Bookmark not defined.
PENUTUP.....	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan .....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA .....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.



## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. 1 Produksi Kopi Indonesia.....Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 2 Ulasan Negatif SOP .....Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 3 Ulasan Negatif Jukir Liar .....Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 4 Ulasan Negatif Bising .....Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 5 Ulasan Negatif Toilet Kotor .....Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 1 Langkah – Langkah Menjalankan PLS .... Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 2 Diagram Jalur .....Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 1 Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficient. Dan R-Square .....Error! Bookmark not defined.***
- Gambar 4. 2 Inner Model dengan T-Statistic Bootsraping .Error! Bookmark not defined.***



## DAFTAR TABEL

- Tabel 1. 1 Rekapitulasi Penjualan Fore Coffee .Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia . Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai *Experiential Marketing* Fore Coffee G-Walk Citraland Surabaya ..... Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai *Store Atmosphere* Fore Coffee G-Walk Citraland Surabaya.....Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan Fore Coffee G-Walk Citraland Surabaya ..... Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 6 *Outer Loadings (Original Sample, Sample Mean, STDEV, T-Values)* .....Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 7 *Cross Loading* .....Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 8 *Construct Reliability and Validity* .....Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 9 *Latent Variabel Correlations* .....Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 10 *R-Square* .....Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 11 *Path Coefficients* .....Error! Bookmark not defined.





**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *STORE ATMOSPHERE*  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN FORE COFFEE G-WALK  
CITRALAND SURABAYA**

**OLEH:**

**SHAFIRA SALSABILLA  
20012010306/FEB/EM**

**ABSTRAK**

Perkembangan bisnis di Indonesia setiap harinya tumbuh dengan sangat pesat dan signifikan, baik dari segi industri pakaian, otomotif, skincare, makanan dan minuman, teknologi, dan lain sebagainya. Hal tersebut dimanfaatkan oleh para pebisnis Indonesia untuk membuka peluang usaha terutama bisnis pada bidang *coffe shop*. Terlebih lagi saat ini sangat banyak masyarakat yang mengerjakan pekerjaan di *cafe* atau biasa disebut dengan *Work From Cafe* (WFC). Banyak dari pelanggan mengunjungi *cafe* melihat dari pelayanan, suasana, dan kenyamanan tempat.

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh *experiential marketing* dan *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan Fore Coffee G-Walk Citraland Surabaya. Penelitian ini bersifat kuantitatif menggunakan *non – probability sampling* dan teknik *purposive sampling* dalam pengambilan sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Fore Coffee G-Walk Citraland Surabaya yang berusia 17-28 tahun, dengan jumlah responden sebanyak 112 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Experiential Marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Fore Coffee G-Walk Citraland Surabaya, *Store Atmosphere* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Fore Coffee G-Walk Citraland Surabaya.

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