

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN *STORE
ATMOSPHERE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
BARADJAWA DI SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH:

ARYA MAHARDIKA PRIANANDA

NPM. 21042010099

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2025**

**PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN STORE
ATMOSPHERE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA BARADJAWA DI
SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH:

ARYA MAHARDIKA PRIANANDA

NPM. 21042010099

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA BARADJAWA DI SURABAYA

Disusun Oleh :

ARYA MAHARDIKA PRIANANDA

NPM. 21042010099

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
PEMBIMBING UTAMA

Nurul Azizah, S.IAB, M.AB
NIP. 199105012024062001

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006



LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN STORE
ATMOSPHERE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA BARADJAWA DI
SURABAYA**

Disusun Oleh

Arva Mahardika Priananda
21042010099

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Ilmu Politik
Universitas pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Tanggal 1 Juli 2025**

PEMBIMBING UTAMA


Nurul Azizah, S.AB, M.AB
NIP.199105012024062001

TIM PENGUJI:

1. Ketua


R. Y. Rusdianto, S.Sos., M.Si
NIP. 197206132021211003

2. Sekretaris


Nurul Azizah, S.AB, M.AB
NIP. 199105012024062001

3. Anggota


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP.198604172020122007

**Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK**



Dr. Catur Suratnoail, S.Sos., M.Si
NIP=196804182021211006



SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Arya Mahardika Priananda
NPM : 21042010099
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya Dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 25 Juli 2025
Yang membuat pernyataan



Arya Mahardika Priananda
NPM. 21042010099

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya. Penulis ucapkan termia kasih kepada Ibu Nurul Azizah, S.AB., M.AB. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia memberi waktunya bagi penulis dalam kondisi apapun untuk memberikan saran, bimbingan, dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Proposal ini dengan judul “Pengaruh *Customer Relationship Management* dan *Store Atmosphere* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Baradjawa di Surabaya” Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud dengan baik dan maksimal tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam proses penyelesaian skripsi ini. Dengan kerendahaan hati, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.A., M.M selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Tiga orang yang paling berjasa dalam hidup penulis, seseorang yang penulis sebut papa, Supriadi dan seorang yang penulis sebut mama, Yuli Astutik, seseorang yang penulis sebut adik, Keisya Alka Zea
5. Segenap teman-teman Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Angkatan 2021. Terima kasih atas pengalaman dan semangatnya.

Dalam penyusunan proposal skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyaknya kekurangan dalam penulisan proposal penelitian ini baik dari segi teknis dan penyusunannya. Untuk itu dengan tangan terbuka penulis menerima masukan kritik dan saran demi perbaikan proposal penelitian ini. Penulis juga berharap semoga proposal penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan dapat menjadi referensi untuk penelitian yang akan datang.

Surabaya, 25 Juli 2025

Penulis

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori.....	22
2.2.1 Pemasaran.....	22
2.2.2 Perilaku Konsumen	25
2.2.3 Layanan Pelanggan	31
2.2.4 Interaksi Pelanggan	34
2.2.5 Tata Letak	37
2.2.6 Eksterior Toko.....	40
2.2.7 Loyalitas Pelanggan	43
2.3 Hubungan Antar Variabel	46
2.3.1 Layanan Pelanggan	46
2.3.2 Interaksi Pelanggan	47
2.3.3 Tata Letak Toko	47
2.3.4 Eksterior Toko.....	48
2.3.5 Layanan Pelanggan, Interaksi Pelanggan, Tata Letak Toko, dan Eksterior Toko	49
2.4 Kerangka Berpikir.....	51
2.5 Hipotesis.....	52

BAB III METODE PENELITIAN	53
3.1 Jenis Penelitian	53
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	53
3.2.1 Definisi Operasional.....	53
3.2.2 Pengukuran Variabel	65
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	66
3.3.1 Populasi	66
3.3.2 Sampel.....	67
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	68
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	69
3.4.1 Jenis Data.....	69
3.4.2 Sumber Data	69
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	70
3.5 Analisa Data.....	72
3.5.1 Uji Validitas	72
3.5.2 Uji Reliabilitas	73
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	74
3.5.4 Uji Hipotesis	76
3.5.5 Analisis Regresi Linier Berganda	77
3.6 Uji Koefisien Determinasi.....	78
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	79
4.1 Gambaran dan Objek Penelitian	79
4.1.1 Profil Objek Penelitian	79
4.1.2 Logo Baradjawa	79
4.1.3 Visi dan Misi Baradjawa	80
4.2 Penyajian Data	80
4.2.1 Data Responden	80
4.2.2 Analisis Deskriptif Jawaban Responden	83
4.3 Analisis Instrumen Data	88
4.3.1 Uji Validitas	88

4.3.2 Uji Reliabilitas	90
4.4 Uji Asumsi Klasik	91
4.4.1 Uji Normalitas.....	91
4.4.2 Uji Heteroskedastitas	92
4.4.3 Uji Multikolineritas	93
4.5 Uji Hipotesis	94
4.5.1 Uji Simultan (Uji F)	94
4.5.2 Uji Parsial (Uji T)	95
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda	97
4.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	99
4.8_Pembahasan	99
4.8.1 Hasil Hipotesis.....	99
4.8.2 Pengaruh Secara Parsial Layanan Pelanggan (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	102
4.8.3 Pengaruh Secara Parsial Interaksi Pelanggan (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	103
4.8.4 Pengaruh Secara Parsial Tata Letak Toko (X3) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	105
4.8.5 Pengaruh Secara Parsial Eksterior Toko (X4) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	106
4.8.6_Pengaruh Secara Parsial Layanan Pelanggan (X1), Interaksi Pelanggan (X2), Tata Letak Toko (X3), dan Eksterior Toko (X4) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	107
BAB V_KESIMPULAN DAN SARAN	109
5.1 Kesimpulan.....	109
5.2 Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	51
Gambar 3.1 Model Regresi Linier Berganda	78
Gambar 4.1 Logo Baradjawa.....	79
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastistas.....	92
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastistas Metode Glesjer.....	93
Gambar 4.4 Kerangka Berpikir Hasil Hipotesis	100
Gambar 4.5 Kerangka Berpikir Hasil Hipotesis	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Volume Produksi Kopi Berdasarkan 10 Produsen Teratas (2022/2023) ..	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Lanjutan Tabel 3.1 Ringkasan Definisi Operasional	57
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	81
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	81
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Domisili	82
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	83
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Layanan Pelanggan	84
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Interaksi Pelanggan	85
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Tata Letak Toko	86
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel Ekterior Toko	87
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	88
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas	89
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	90
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	91
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	93
Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	94
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	95
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	97
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	99

ABSTRAK

ARYA MAHARDIKA PRIANANDA, PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA BARADJAWA DI SURABAYA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Layanan Pelanggan, Interaksi Pelanggan, Tata Letak Toko, dan Eksterior Toko terhadap Loyalitas Pelanggan pada Baradjawa di Surabaya. Di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif, menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan menciptakan suasana toko yang nyaman menjadi strategi penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 126 responden yang merupakan pelanggan aktif Baradjawa. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan pelanggan, interaksi pelanggan, tata letak toko, dan eksterior toko berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan secara bersama-sama. Layanan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Interaksi pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian tata letak toko berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Yang terakhir, Eksterior toko berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kata Kunci: Layanan Pelanggan, Interaksi Pelanggan, Tata Letak Toko, Eksterior Toko, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

ARYA MAHARDIKA PRIANANDA, *THE EFFECT OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT AND STORE ATMOSPHERE ON CUSTOMER LOYALTY AT BARADJAWA IN SURABAYA*

This study aims to determine and analyze the influence of Customer Service, Customer Interaction, Store Layout, and Store Exterior on Customer Loyalty at Baradjawa in Surabaya. In the midst of increasingly competitive business competition, maintaining good relationships with customers and creating a comfortable store atmosphere are important strategies in building customer loyalty. This study uses a quantitative method with a survey approach. Data were obtained by distributing questionnaires to 126 respondents who are active Baradjawa customers. The analysis technique used is multiple linear regression. The results of this study indicate that customer service, customer interaction, store layout, and store exterior have a significant effect on customer loyalty together. Customer service does not have a significant effect on customer loyalty. Customer interaction has a significant effect on customer loyalty. Then the store layout has a significant effect on customer loyalty. Finally, the store exterior has a significant effect on customer loyalty.

Keywords: Customer Service, Customer Interaction, Store Layout, Store Exterior, Customer Loyalty.