

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *VARIAN MENU*, DAN *CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DI WARUNG SALIRE**

SKRIPSI



OLEH :

HABIB AHMAD
NPM 21042010298

**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 *STORE ATMOSPHERE*, *VARIAN MENU*, DAN *CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DI WARUNG SALIRE**

SKRIPSI



OLEH :

HABIB AHMAD
NPM 21042010298

**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 STORE ATMOSPHERE, VARIAN MENU, DAN
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DI WARUNG SALIRE**

Disusun Oleh :

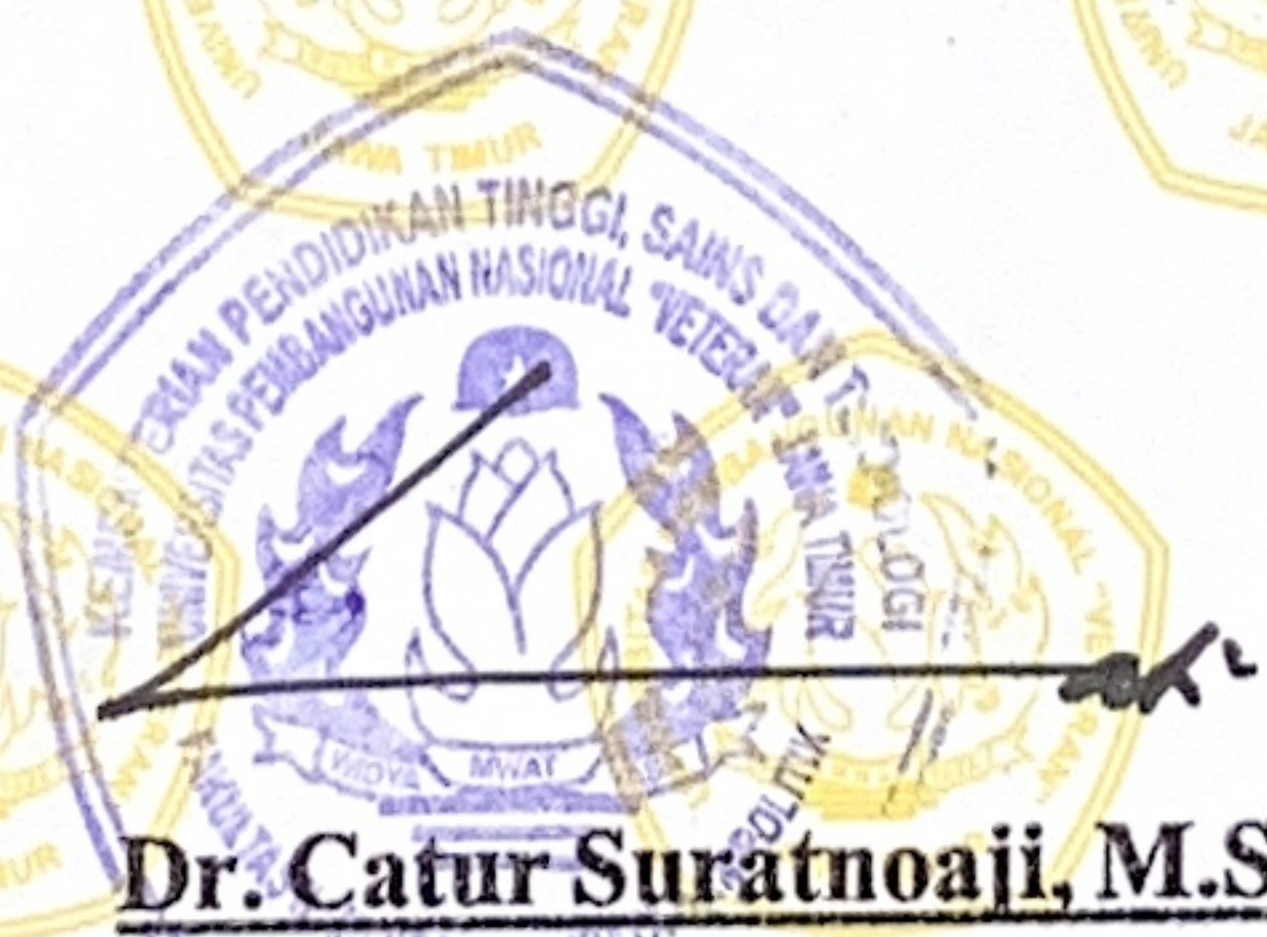
HABIB AHMAD
NPM. 21042010298

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyutui,
Pembimbing Utama


Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

Mengetahui,
DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH STORE ATMOSPHERE, VARIAN MENU, DAN CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMNET (CRM) TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DI WARUNG SALIRE

Disusun Oleh :

HABIB AHMAD
NPM. 21042010298

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 04 Agustus 2025

Pembimbing Utama


Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

Tim Penguji

1. Ketua


Dr. Nurhadi, M.Si
NIP. 196902011994031001

2. Sekretaris


Sumainah Fauziah, S.AB., M.AB
NIP. 199312072022032015

3. Anggota


Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

Mengetahui,

DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Habib Ahmad
NPM : 21042010298
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Skripsi 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 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, 30 Juli 2025
Yang membuat pernyataan



Habib Ahmad
NPM. 21042010298

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan Syukur kita panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan Rahmat dan karunia Nya sehingga telah diberikan Kesehatan dan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Store atmosphere, Varian Menu, Dan Customer Relationship Management (CRM)* Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Warung Salire.”**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing Ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si selaku dosen pembimbing dengan kesabaran dan perhatiannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Pada kesempatan kali ini penulis juga menyampaikan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Acep Samsudin, S.sos., M.M., M.A. selaku koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Kedua orang tua dan sanak saudara yang telah membantu doa, motivasi, dukungan, dan semangat kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan yang dimiliki oleh penulis baik pengetahuan, kemampuan dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis membutuhkan adanya kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan sumbangsih bagi semua pihak dan khususnya bagi penulis.

Surabaya, Juli 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	III
KATA PENGANTAR	IV
DAFTAR ISI	VI
DAFTAR TABEL	IX
DAFTAR GAMBAR	X
ABSTRAK	VIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.4.1 Manfaat Teoritis	15
1.4.2 Manfaat Praktis	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Landasan Teori	21
2.2.1 Strategi Pemasaran	21
2.2.1.1 Pengertian Strategi Pemasaran	21
2.2.1.2 Manfaat Strategi Pemasaran	22
2.2.1.3 Indikator Strategi Pemasaran	24
2.2.2 Store Atmosphere	26
2.2.2.1 Pengertian Store Atmosphere	26
2.2.2.2 Indikator Store Atmosphere	28
2.2.3 Varian Menu	32
2.2.3.1 Pengertian Varian Menu	32
2.2.3.2 Indikator Varian Menu	35
2.2.4 Customer Relationship Management	36
2.2.5 Loyalitas Pelanggan	39
2.2.5.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	39
2.2.5.2 Indikator Loyalitas Pelanggan	39
2.3 Hubungan Antar Variabel	41
2.3.1 Pengaruh Store atmosphere terhadap Loyalitas Pelanggan	41
2.3.2 Pengaruh Varian Menu terhadap Loyalitas Pelanggan	42
2.3.3 Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Loyalitas Pelanggan	42
2.4 Kerangka Berpikir	43
2.5 Hipotesis	45

BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Jenis Penelitian.....	46
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	47
3.2.1 Definisi Operasional	47
3.2.2 Pengukuran Variabel	49
3.3 Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	50
3.3.1 Populasi.....	50
3.3.2 Sampel	50
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	51
3.4 Teknik Pengumpulan Data	52
3.4.1 Jenis Data	52
3.4.2 Sumber Data	52
3.4.3 Metode Pengumpulan Data.....	53
3.5 Teknik Analisis Data	53
3.5.1 Uji Validitas	53
3.5.2 Uji Reliabilitas	55
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	56
3.5.4 Uji Regresi Linier Berganda	58
3.5.6 Uji Hipotesis	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	62
4.1.1 Gambaran Umum Warung Salire Ngagel Surabaya	62
4.1.2 Logo Warung Salire	64
4.1.3 Visi dan Misi Salire.....	65
4.2 Penyajian Data	65
4.2.1 Data Responden	65
4.3 Hasil Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	80
4.3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	80
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	82
4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	85
4.3.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	86
4.3.5 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	86
4.3.6 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	87
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	89
4.4.1 Pengaruh Store atmosphere, Varian Menu, Dan Customer Relationship Management Secara Simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan	89
4.4.2 Pengaruh Store atmosphere Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan	90
4.4.3 Pengaruh Varian Menu Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan	91
4.4.4 Pengaruh Customer Relationship Management Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	92
4.5 Matriks Hasil Penelitian.....	94

BAB V KESIMPULAN.....	96
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Saran	97
5.2.1 Saran Bagi Warung Salire	97
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Penghasilan Penjualan	10
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel	48
Tabel 3.2. Skala Likert	49
Tabel 4.1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 4.3. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	67
Tabel 4.4. Distribusi Responden Berdasarkan Wilayah Surabaya.....	68
Tabel 4.5. Analisis Deskriptif Store Atmosphere (X1)	69
Tabel 4.6. Analisis Deskriptif Varian Menu (X2).....	72
Tabel 4.7. Analisis Deskriptif Variabel Customer Relationship Management (X3)	74
Tabel 4.8. Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	77
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas	80
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas	81
Tabel 4.11. Hasil Uji Multikolinearitas	83
Tabel 4.12. Hasil Regresi Linear Berganda	84
Tabel 4.13. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2).....	86
Tabel 4.14. Hasil Uji F.....	86
Tabel 4.15. Hasil Uji t.....	87
Tabel 4.16. Matriks Hasil Penelitian.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Ilustrasi Daerah Keputusan Uji F untuk Pengujian Hipotesis Simulta	60
Gambar 3.2. Ilustrasi Kurva Daerah Keputusan Uji t Parsial untuk Pengujian Hipotesis	61
Gambar 4.1. Logo Warung Salire	65
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas	82
Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	84

ABSTRAK

**HABIB AHMAD, 21042010298, PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*,
VARIAN MENU, DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
(CRM) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI WARUNG SALIRE**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *store atmosphere*, varian menu, dan *Customer Relationship Management* terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Salire Ngagel Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 155 responden. Teknik analisis data meliputi uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, serta uji hipotesis secara simultan dan parsial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara parsial, variabel varian menu dan *Customer Relationship Management* memiliki pengaruh signifikan, sedangkan *store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa varian menu yang menarik dan pengelolaan hubungan pelanggan yang efektif berperan penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan Warung Salire.

Kata kunci: *store atmosphere*, *varian menu*, *Customer Relationship Management*, loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

HABIB AHMAD, 21042010298, INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, VARIAN MENU AND CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) ON CUSTOMER LOYALTY AT WARUNG SALIRE

This study aims to analyze the influence of store atmosphere, menu variety, and Customer Relationship Management on customer loyalty at Warung Salire Ngagel Surabaya. The research method used is a quantitative approach by distributing questionnaires to 155 respondents. Data analysis techniques include validity testing, reliability testing, classical assumption tests, multiple linear regression, and hypothesis testing both simultaneously and partially. The results show that simultaneously, all three variables significantly influence customer loyalty. Partially, menu variety and Customer Relationship Management have a significant effect, while store atmosphere does not. The conclusion of this study is that attractive menu offerings and effective Customer Relationship Management play a crucial role in enhancing customer loyalty at Warung Salire.

Keywords: *store atmosphere, menu variety, Customer Relationship Management, customer loyalty*