

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, SERVICE QUALITY, DAN
PRODUCT QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY
PADA COLD ‘N BREW GUBENG KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

Daivan Putra Tanzaga

NPM. 21042010081

**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, SERVICE QUALITY, DAN
PRODUCT QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY
PADA COLD 'N BREW GUBENG KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

Daivan Putra Tanzaga

NPM. 21042010081

**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*, *SERVICE QUALITY*, DAN
PRODUCT QUALITY TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY***

PADA COLD 'N BREW GUBENG KOTA SURABAYA

Disusun Oleh :

DAIVAN PUTRA TANZAGA

21042010081

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB

NIP. 198910302020121007

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NPT. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Penelitian : Pengaruh *Store Atmosphere*, *Service Quality*, dan *Product Quality* terhadap *Customer Loyalty* pada Cold 'N Brew Gubeng Kota Surabaya

Nama Mahasiswa : Daivan Putra Tanzaga

NPM : 21042010081

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

PEMBIMBING UTAMA,

Menyetujui,

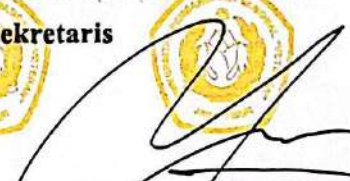
TIM PENGUJI

1. Ketua


Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB
NIP. 198910302020121007


Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si
NIP. 197011012021211004

2. Sekretaris


Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB
NIP. 198910302020121007

3. Anggota


Dr. Nurhadi., M.Si
NIP. 196902011994031001

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 : Daivan Putra Tanzaga
NPM : 21042010081
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : 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, 06 November 2025
Yang membuat pernyataan



Nama Daivan Putra Tanzaga
NPM. 21042010081

*pilih salah satu (lingkari)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada penulis sehingga skripsi dengan judul **"PENGARUH STORE ATMOSPHERE, SERVICE QUALITY, DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA COLD 'N BREW GUBENG KOTA SURABAYA"** dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Yanda Bara Kusuma, S.AB, M.AB selaku Dosen Pembimbing utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Selain itu, penulis juga menerima bantuan dari berbagai pihak baik itu berupa moril, spiritual maupun materiil. Oleh sebab itu, 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.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. Orang tua dan keluarga atas segala doa, semangat, dan kasih sayang yang tiada henti dalam mendukung penyelesaian skripsi ini.
5. Nayla Ve Rarie Sabina, yang selalu menemani, menjadi *support system*, dan mendengarkan keluh kesah penulis, terutama selama proses pengerjaan skripsi.

6. Kevin, Herlian, Aufa, yang selalu memberikan dukungan, mendengarkan keluhan, dan menemani penulis selama pertengahan hingga akhir masa perkuliahan.
7. Teman-teman “Gas Ngeng” yang telah menemani penulis selama masa perkuliahan dan membimbing dalam proses penyusunan skripsi.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas segala bantuan, doa, serta dukungan selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini terdapat kekurangan. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi kita semua.

Surabaya, 15 Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Penelitian Terdahulu	19
2.2 Landasan Teori.....	22
2.2.1 Pemasaran.....	22
2.2.2 Manajemen Pemasaran	26
2.2.3 <i>Store Atmosphere</i>	29
2.2.4 <i>Service Quality</i>	30
2.2.5 <i>Product Quality</i>	33
2.2.6 <i>Customer Loyalty</i>	35
2.3 Hubungan Antar Variabel pada <i>Store Atmosphere</i> , <i>Service Quality</i> , dan <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	37
2.3.1 Hubungan Variabel <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	37
2.3.2 Hubungan Variabel <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> ..	37
2.3.3 Hubungan <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	38
2.4 Kerangka Berpikir	38
2.5 Hipotesis	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	41

3.2.1	Operasional Variabel Penelitian.....	41
3.2.2	Pengukuran Variabel Penelitian.....	43
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	44
3.3.1	Populasi	44
3.3.2	Sampel.....	44
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel	46
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4.1	Jenis Data.....	46
3.4.2	Sumber Data	47
3.4.3	Pengumpulan Data.....	47
3.5	Teknik Analisis Data.....	48
3.5.1	Uji Validitas	48
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	49
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	49
3.5.4	Uji Analisis Regresi Liner Berganda	51
3.5.5	Uji Hipotesis.....	51
3.6	Waktu Penelitian.....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		58
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian dan Penyajian Data.....	58
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
4.1.2.1	Profil <i>Coffee Shop</i>	58
4.1.2.2	Logo <i>Coffee Shop</i>	60
4.1.2.3	Visi Misi <i>Coffee Shop</i>	61
4.1.2	Penyajian Data.....	61
4.1.2.1	Deskripsi Responden.....	61
4.1.2.2	Deskripsi Variabel	64
4.2	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	78
4.2.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	78
4.2.1.1	Hasil Uji Validitas.....	78
4.2.1.2	Uji Reliabilitas.....	79
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	80
4.2.2.1	Uji Normalitas	80

4.2.2.2	Uji Multikolonieritas	82
4.2.2.3	Uji Heteroskedastisitas	83
4.2.3	Analisis Regresi Linear Berganda	84
4.2.4	Uji Hipotesis	86
4.2.4.1	Uji Simultan (F).....	86
4.2.4.2	Uji Parsial (t)	87
4.3	Analisis Koefisien Determinasi	89
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	89
4.4.1	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> , <i>Service Quality</i> , dan <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	89
4.4.2	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	91
4.4.3	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	93
4.4.4	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	95
4.4.5	Matriks Hasil Penelitian	96
BAB V	PENUTUP	100
5.1	Kesimpulan.....	100
5.2	Saran	100
DAFTAR PUSTAKA.....		102
LAMPIRAN.....		106

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	44
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian.....	57
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden berdasarkan Usia	62
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden berdasarkan Pekerjaan.....	63
Tabel 4.4 Distribusi Tanggapan Variabel Store Atmosphere.....	64
Tabel 4.5 Distribusi Tanggapan Variabel Service Quality	68
Tabel 4.6 Distribusi Tanggapan Variabel Product Quality	72
Tabel 4.7 Distribusi Tanggapan Variabel Customer Loyalty	75
Tabel 4.8 Uji Validitas	79
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas.....	80
Tabel 4.10 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	84
Tabel 4.11 Hasil Uji F	86
Tabel 4.12 Hasil Uji t	87
Tabel 4.13 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Konsumsi Kopi di Indonesia	2
Gambar 1.2 Foto Café Cold 'N Brew Gubeng Surabaya Lantai 1.....	6
Gambar 1.3 Foto Café Cold 'N Brew Gubeng Surabaya Lantai 2.....	8
Gambar 1.4 Data Kunjungan Pelanggan Cold 'N Brew Gubeng Surabaya	12
Gambar 1.5 Customer Review Cold 'N Brew Gubeng Surabaya	15
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	39
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	53
Gambar 3.2 Kurva Uji t.....	55
Gambar 4.1 Foto Outlet Cold 'N Brew Solo.....	59
Gambar 4.2 Logo Cold 'N Brew	60
Gambar 4.3 Uji Normalitas P - Plot	81
Gambar 4.4 Uji Kolmogorov Smirnov.....	81
Gambar 4.5 Hasil Uji Multikolonieritas.....	82
Gambar 4.6 Diagram Scatterplot.....	83

ABSTRAK

DAIVAN PUTRA TANZAGA, PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *SERVICE QUALITY*, DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA COLD ‘N BREW GUBENG KOTA SURABAYA

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh suasana toko, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Cold ‘N Brew Gubeng Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling sebanyak 100 responden. Pengolahan data dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel suasana toko, kualitas pelayanan, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara parsial, ketiga variabel tersebut juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini menegaskan bahwa suasana toko, kualitas pelayanan, dan kualitas produk merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan di industri kedai kopi yang kompetitif.

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, *Service Quality*, *Product Quality*, *Customer Loyalty*

ABSTRACT

DAIVAN PUTRA TANZAGA, *THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, SERVICE QUALITY, AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY AT COLD 'N BREW GUBENG, SURABAYA*

This study aims to analyze the effect of store atmosphere, service quality, and product quality on customer loyalty at Cold 'N Brew Gubeng Surabaya. The research method used is quantitative associative with purposive sampling technique involving 100 respondents. Data processing was performed using multiple linear regression analysis with the help of SPSS. The results showed that simultaneously, the variables of store atmosphere, service quality, and product quality had a positive and significant effect on customer loyalty. Partially, the three variables were also proven to have a positive and significant effect on customer loyalty. These findings confirm that store atmosphere, service quality, and product quality are important factors in building customer loyalty in the competitive coffee shop industry.

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