

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN EXPERIENTIAL
MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Kasus Pada Tropikal Coffee)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Strata-1 (S1) Manajemen
Program Sudi Manajemen**



Diajukan Oleh :

NUR AINI

NPM : 19420030

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2023

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Nur Aini
NPM : 19420030
Alamat : Jalan Kembang Kuning Mulyo 1 No. 03
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Store Atmosphere Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi” bukan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 21 Januari 2023

Yang membuat pernyataan



Nur Aini

19420030

SKRIPSI
**PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN EXPERIENTIAL
MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Diajukan oleh :

Nur Aini

NPM : 19420030

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING


Dr. Santirianingrum., SE., M Com

Tanggal, 21 Januari 2023

KETUA PROGRAM STUDI


Dr. Kristiningsih., SE., Msi

Tanggal, 21 Januari 2023

SKRIPSI
PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN EXPERIENTIAL
MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Nur Aini

NPM : 19420030

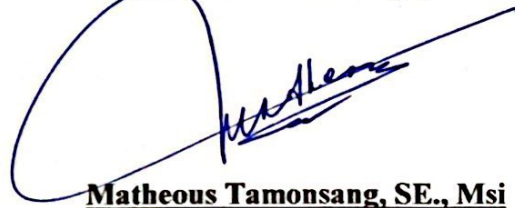
Susunan Dewan Penguji

Sekretaris Penguji



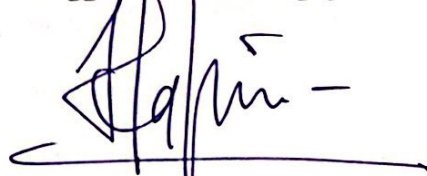
Dr. Kristiningsih., SE., Msi

Ketua Dewan Penguji



Matheous Tamonsang, SE., Msi

Anggota Dewan Penguji



Tri Tjahyo Purnomo, SE., M.M

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 30 Januari 2023



Dr. Kristiningsih., SE., Msi

Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Puji syukur tercurahkan kepada Tuhan YME yang telah memberikan berkah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Store atmosphere* dan *experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi.” Semangat, pantang menyerah, dan selalu berdoa kepada Tuhan YME yang sudah mendorong penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih sangat banyak kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan dari pada kemampuan penulis, tetapi berkat Tuhan YME serta dorongan dan dukungan dari semua pihak, akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Penyusunan skripsi ini, tidak luput dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp.THT-KL (K), FICS, selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Kristiningsih, SE., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dajah Julindrastuti, SE., M.Ak, selaku Dosen Wali Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
5. Ibu Dr. Santirianingrum., SE., M Com selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu dengan meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran

6. **Seluruh Dosen Prodi Manajemen dan Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah banyak memberikan bantuan selama proses perkuliahan kepada penulis.**
7. **Papa, Mama, Adik, Uti dan Saudara-saudara saya yang selalu memberikan dukungan serta doa kepada penulis.**
8. **Sahabat terbaik teman-teman manajemen F angkatan 2019 (Reina, Devita dan Rania) yang selalu saling mendukung satu sama lain dari awal masa perkuliahan sampai penulisan skripsi ini selesai.**
9. **Sella, Putri, Nurul, MbK Tiwi dan MbK Ika yang telah memberi dukungan penuh dalam penyelesaian skripsi ini hingga bisa terselesaikan tepat waktu sesuai impian.**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN SUSUNAN PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II KAJIAN TEORI.....	9
2.1 <i>Store Atmosphere</i>	9
2.1.1 Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	9
2.1.2 Elemen-elemen pada <i>Store Atmosphere</i>	10
2.1.3 Indikator <i>Store Atmosphere</i>	11
2.2 <i>Experiential Marketing</i>	15
2.2.1 Pengertian <i>Experiential Marketing</i>	15
2.2.2 Karakteristik <i>Experiential Marketing</i>	16
2.2.3 Indikator <i>Experiential Marketing</i>	17
2.3 Kepuasan Pelanggan.....	19
2.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	19
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen.....	20
2.3.3 Indikator Kepuasan Konsumen.....	21
2.4 Loyalitas Pelanggan.....	22
2.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	22
2.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	22

2.4.3	Indikator Loyalitas Pelanggan	24
2.5	Penelitian Terdahulu	25
2.6	Pengembangan Hipotesis	30
2.6.1	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan	30
2.6.2	Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Kepuasan	30
2.6.3	Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan	31
2.6.4	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> , Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan.....	32
2.6.5	Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> , Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan 32	
2.7	Model Analisis	33
BAB III METODE PENELITIAN		35
3.1	Jenis Penelitian.....	35
3.2	Populasi dan Sampel	35
3.3	Definisi Operasional	37
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	43
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6	Uji Instrument Penelitian	44
3.6.1	Uji Validitas	44
3.6.2	Uji Realibilitas	44
3.7	Teknik Analisis Data.....	45
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	45
3.7.2	Partial Least Square (PLS).....	46
3.7.3	Model Struktural (Structural Model)	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		52
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	52
4.1.1	Profil Perusahaan	52
4.1.2	Struktur Organisasi	53
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	54
4.3	Pengujian.....	66
4.3.1	Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	66
4.3.2	Pemaknaan R2 Dan Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	69
4.4	Pembahasan.....	75
4.5	Model Fit.....	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		80

5.1	Kesimpulan	80
5.2	Saran	80
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	81
DAFTAR PUSTAKA		82
LAMPIRAN.....		86

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	Skor Penilaian Skala Likert	43
Tabel 3. 2	Interval Data dan Penggolongan Persepsi Responden.....	46
Tabel 3. 3	Rule Of Thumb Pengujian Model Fit.....	51
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	55
Tabel 4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan.....	56
Tabel 4. 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	57
Tabel 4. 6	Deskripsi Variabel Store Atmosphere.....	58
Tabel 4. 7	Deskripsi Variabel Experiential Marketing.....	61
Tabel 4. 8	Deskripsi Variabel Kepuasan pelanggan	64
Tabel 4. 9	Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan	65
Tabel 4. 10	Nilai Loading Factor	67
Tabel 4. 11	Nilai Average Variance Extracted	68
Tabel 4. 12	Cronbach's Alpha dan Composite Relability	68
Tabel 4. 13	R².....	69
Tabel 4. 14	Hasil Estimasi Koefisien Jalur (Path Coefficients)	71
Tabel 4. 15	Hasil Estimasi Direct Effect	73
Tabel 4. 16	Hasil Estimasi Indirect Effect	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian	86
Lampiran 2 Tabulasi Data	93
Lampiran 3 Output WarpPLS.....	102

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh store atmosphere dan experiential marketing terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variable mediasi pada Tropikal Coffee. Metode penelitian ini menggunakan metode kauntitatif melalui model Partial Least Square (PLS) dengan bantuan WarpPLS 7.0

Hasil penelitian ini yaitu 1). *Store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, 2). *Experiential marketing* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, 3). Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, 4). Kepuasan pelanggan tidak mampu memediasi *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan, 5) kepuasan pelanggan mampu memediasi *experiential marketing* terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Store Atmosphere, Experiential Marketing, Kepuasan pelanggan dan Loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of store atmosphere and experiential marketing on customer loyalty with customer satisfaction as a mediating variable in Tropical Coffee. The second research method uses a quantitative method through the Partial Least Square (PLS) model with the help of WarpPLS 7.0

The results of this study are 1). Store atmosphere has no effect on customer satisfaction, 2). Experiential marketing influences customer satisfaction, 3). Customer satisfaction affects customer loyalty, 4). Customer satisfaction is not able to mediate store atmosphere on customer loyalty, 5) customer satisfaction is able to mediate experiential marketing on customer loyalty.

Keywords: Store Atmosphere, Experiential Marketing, Customer Satisfaction and Customer Loyalty