

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, *BRAND IMAGE* DAN *STORE*
ATMOSPHERE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN WARUNG BAKSO
MANDIRI PAK PON**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Nadila Yulia Pratista

NIM : 17414480

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2023

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, *BRAND IMAGE* DAN *STORE*
ATMOSPHERE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN WARUNG BAKSO
MANDIRI PAK PON**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Nadila Yulia Pratista

NIM : 17414480

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kepuasan Konsumen, *Brand Image* Dan *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Konsumen Warung Bakso Mandiri“Pak Pon”
Nama : Nadila Yulia Pratista
Nim : 17414480
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 21 Juli 1998
Program Studi : Manajemen

Isi format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah ponorogo

Ponorogo, 03 Februari 2023

Pembimbing I


Dr. Heri Wijayanto, ST, MM., M.Kom
NIDN. 0025057401

Pembimbing II


Wahna Widhianingrum, SP, MM
NIDN. 0707118602

Mengetahui


Dekan Fakultas Ekonomi

Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji:


Ketua


Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom
NIDN. 0025057401

Sekretaris


Naning Kristivana, SE., MM
NIDN. 0721117501

Anggota


Diana Pramudya Wardhani, SE., MM
NIDN. 0709048305

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan Pengaruh Kepuasan Konsumen, Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Warung Bakso Mandiri Pak Pon. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen warung bakso mandiri Pak Pon. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen (2) brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen (3) store atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen (4) *kepuasan konsumen brand image dan store atmosphere* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen

Kata kunci : *Kepuasan Konsumen, Brand Image, Store Atmosphere,*
Loyalitas Konsumen



**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar aklademis di suatu Institut Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 3 Februari 2023



Nadila Yulia Pratista
NIM. 17414480

MOTTO

Pada saat-saat tergelap kita, kita harus fokus untuk melihat cahaya.

(Aristoteles)

“ MASA SULIT TIDAK AKAN PERNAH BERLANSUNG SELAMANYA,
TETAPI ORANG YANG TABAH PASTI BERTAHAN”

(ROBERT H. SCHULLER)



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Pengarus Kepuasan konsumen, Brand image, dan Store atmosphere Terhadap Loyalitas konsumen Warung Bakso Mandiri Pak Pon. Sebagai syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) Pada program Sarjana Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penyelesaian Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Happy Susanto, M.A, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Bapak Hadi Sumarsono, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Naning Kristiyana, SE, MM selaku Ketua Program studi Manajemen.
4. Bapak Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing serta memberikan arahan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Wahna Widhianingrum, S.P, MM. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing serta memberikan arahan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Ibu Dosen serta Karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang senantiasa memberikan saran dan membantu dalam segala kebutuhan administrasi.
7. Terima kasih Bapak dan Ibu yang telah memberikan doa, cinta dan perhatiannya, serta memberikan dukurang baik moril maupun materill, sangat besar harapan peneliti untuk bisa membanggakan dan membahagiakan beliau.

8. Kakek saya yang selalu mensupport, mendoakan dan membimbing saya.
9. Rekan-rekan seperjuangan Manajemen D Angkatan 2017 beserta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, yang telah memberikan dukungan dan saling membantu serta mendoakan agar skripsi dapat terselesaikan dengan baik.

Semoga Allah SWT memberikan balasan kebaikan dan pahala atas segala amal yang telah diberikan dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Ponorogo, 03 Februari 2023



Nadila Yulia Pratista
NIM. 17414480

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
RINGKASAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
1. Pemasaran	8
2. Manajemen Pemasaran	9
3. Bauran Pemasaran	10
4. Kepuasan Konsumen	12
5. Brand Image	14
6. Store Atmosphere	18
7. Loyalitas Konsumen	22
B. Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Penelitian	28

D. Hipotesis.....	29
1. Pengembangan Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	31
B. Populasi dan Sampel.....	31
1. Populasi.....	31
2. Sampel.....	31
C. Metode Pengambilan Data.....	32
1. Data Primer.....	32
2. Data Sekunder.....	33
D. Metode Pengumpulan Data.....	33
1. Kuesioner.....	33
2. Observasi.....	33
3. Studi Kepustakaan.....	33
E. Definisi Operasional Variabel.....	35
1. Variabel Bebas (independent).....	35
2. Variabel Terikat (dependent).....	35
F. Metode Analisis Data.....	35
1. Analisis Kuantitatif.....	35
2. Uji Instrument.....	36
3. Analisis Data.....	38
4. Uji Hipotesis.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Hasil Penelitian.....	41
1. Profil Warung Bakso Mandiri Pak Pon.....	41

2. Visi dan Misi Warung Bakso Mandiri Pak Pon	41
B. Gambaran Umum Responden	42
1. Berdasarkan Jenis Kelamin	42
2. Berdasarkan Usia	43
3. Berdasarkan Pendidikan	44
4. Berdasarkan Pekerjaan	45
C. Deskriptif Jawaban Responden	46
D. Identifikasi Jawaban Reponden.....	47
1. Variabel Kepuasan Konsumen (X1).....	47
2. Variabel Brand Image (X2).....	49
3. Store Atmosphere (X3).....	52
4. Loyalitas Konsumen (Y)	54
E. Pengujian Instrument Data	57
1. Uji Validitas.....	58
2. Uji Reliabilitas.....	59
F. Metode Analisis Data	60
1. Uji Linear Berganda	60
2. Koefisien Determinasi	61
3. Uji t.....	62
4. Uji F.....	65
5. Pembahasan	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
1. Kesimpulan	70
2. Saran	71
LAMPIRAN	74
DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 2 Skala Likert.....	34
Tabel 3 Definisi Operasional	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	44
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen	47
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Brand Image	49
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Store Atmosphere	52
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas	54
Tabel 4.9 Uji Validitas	58
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.11 Uji Regresi Linear Berganda	60
Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	62
Tabel 4.13 Uji Signifikan Parsial(Uji T).....	63
Tabel 4.14 Uji Simultan (Uji F).....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Penelitian	28
Gambar 2 Kurva Daerah Penolakan H_0 Dan Penerimaan H_a	66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	74
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian	78
Lampiran 3 Berita Acara.....	79
Lampiran 4 Data Tabulasi Penelitian.....	82
Lampiran 5 Kriteria Responden.....	86
Lampiran 6 Uji Instrument.....	88

