

**PENGARUH SERVICE QUALITY, FOOD QUALITY, DAN STORE
ATMOSPHERE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN**

**(Studi Kasus Pada Mokko Factory Donut & Coffee Ponorogo City
Center)**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2021**

**PENGARUH SERVICE QUALITY, FOOD QUALITY, DAN
STORE ATMOSPHERE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN**
**(Studi Kasus Pada Mokko Factory Donut & Coffee Ponorogo City
Center)**



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Service Quality, Food Quality, dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Mokko Factory Donut & Coffee Ponorogo City Center)

Nama : Heppi Lailul Ningrum

NIM : 16414033

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 16 Juni 1998

Program Studi : Manajemen

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

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 28 januari 2021

Pembimbing II

(Siti Chamidah, SE., MSi)

NIDN. 0711037401

Pembimbing I

(Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si)

NIDN. 0008057601

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



NIK. 19760508 200501 11

Dosen Pengaji

Sekretaris

(Dra. Umi Farida, MM)

NIDN. 0710016101

Anggota

(La Ode Sugianto, S.Pd., MM)

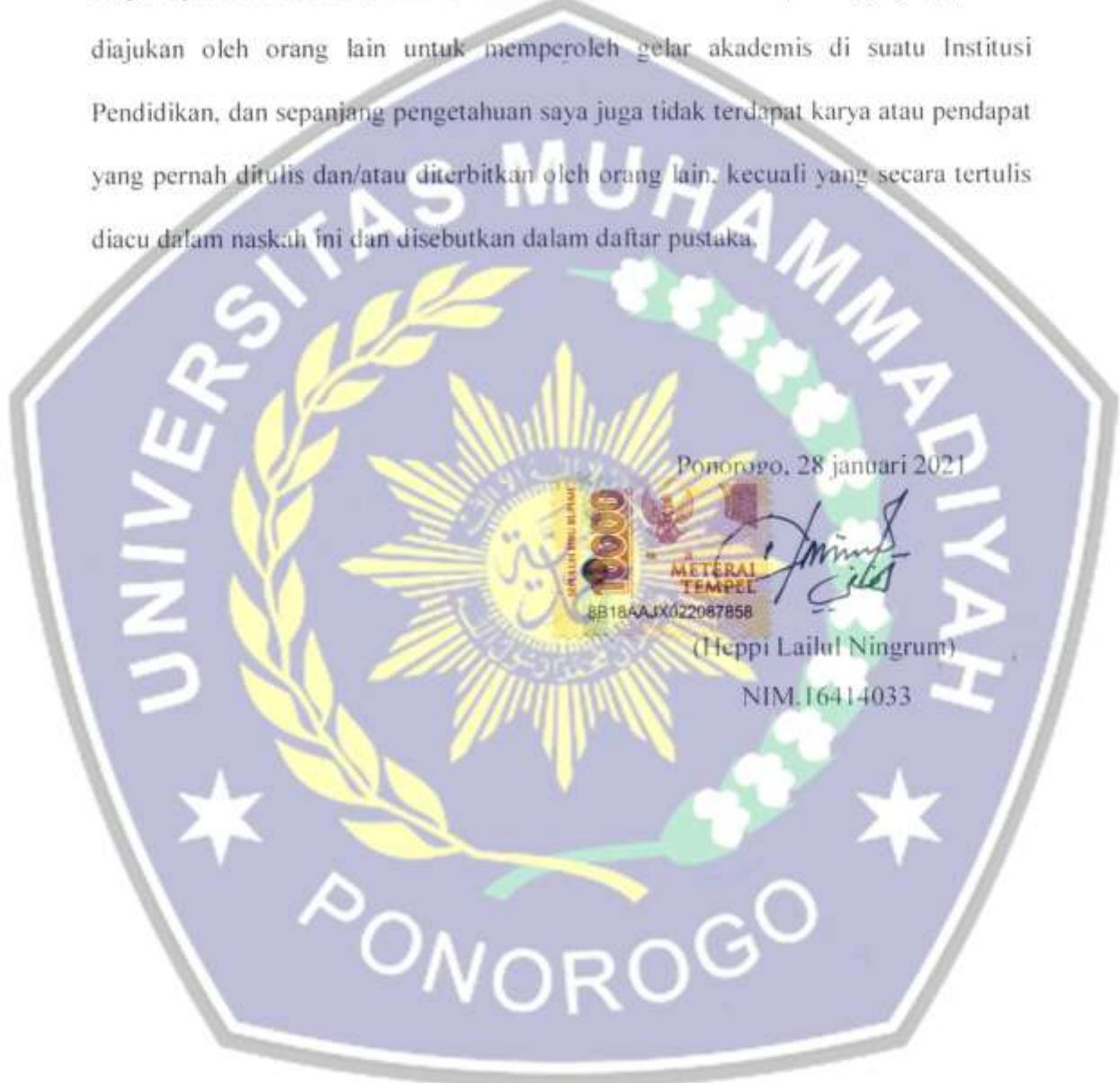
NIDN. 0730068503

Ketua

(Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si)

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah 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 akademis di suatu Institusi 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.



RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* , *Food Quality* dan *Store Atmosphere* terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Mokko Factory Donut & Coffee Ponorogo City Center). Populasi dan sampel yang terdapat dalam penelitian ini adalah konsumen Mokko Factory Donut & Coffee. Teknik pengambilan sampel menggunakan *sampling incidental*, skala pengukuran menggunakan skala *likert* yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner. Sedangkan sampel yang diambil adalah sebanyak 90 konsumen. Alat analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan Service Quality, Food Quality, dan Store Atmosphere berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen Mokko Factory Donut & Coffee Ponorogo City Center.

Kata Kunci: *Service Quality*, *Food Quality*, *Store Atmosphere*, dan *Loyalitas Konsumen*.

MOTTO

MAN JADDA WAJADA

(siapa bersungguh-sungguh pasti berhasil)

MAN SHABARA ZHAFIRA

(siapa yang bersabar pasti beruntung)

MAN SARA ALA DARBI WASHALA

(siapa menapaki jalan-Nya akan sampai ke tujuan)

“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan diri mereka sendiri” – (QS Ar-Ra’d : 11)

“Jangan membandingkan dirimu saat ini dengan orang lain karena matahari dan bulan tak akan pernah sama, namun masing-masing mereka bersinar pada waktunya tiba” -(asnote.48)

“live to be happy, don’t forget, smile every day”

(hidup untuk bahagia, jangan lupa, tersenyum setiap hari)

(penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan izin Allah SWT Karya yang luar biasa penuh perjuangan ini telah penulis selesaikan dengan rasa bahagia dan bangga. Sebagai bentuk rasa syukur, karya ini kupersembahkan kepada orang – orang tersayang dalam hidupku, yaitu:

1. Yang pertama untuk kedua orangtua ku, yang telah mendukung anak-anaknya untuk mendapatkan pendidikan terbaik. Dukungan moril maupun materil yang tak terkira. Serta doa yang tiada hentinya untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan doa dan tiada doa yang paling khusuk selain doa yang terucap dari kedua orang tuaku. Terimakasih untuk semua cinta dan kasih sayang yang kau berikan Ibuku Winarsih dan Bapakku Misiran aku bahagia dan bersyukur memiliki kalian.
2. Yang kedua untuk adik saya tercinta Nisa Wahidatul Rahmah, yang selalu menemani dikala saya senang maupun sedih, teman bercerita dan selalu menjadi penghibur. Terimakasih dek nisa.
3. Yang ketiga untuk seluruh orang yang saya sayangi, selalu membantu dan memberikan dukungan kepada saya, tanpa kalian semua tidak mungkin saya ada di titik sekarang ini. Terimakasih semua selalu ada buat saya.
4. Yang keempat untuk dosen pembimbing saya Pak Hadi dan Bu Siti, memberikan bimbingan, menuntun, dan mengarahkan saya untuk menjadi lebih baik. Terimakasih bapak ibu dosen, jasa kalian akan selalu terpatri di hati.

Saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya untuk kalian semua, akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Puji syukur kehadirat Allah SWT dengan segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Service Quality, Food Quality* dan *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Mokko Factory Donut & Coffee Ponorogo City Center)” ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Strata-1 (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan, bimbingan, arahan, doa, dan dukungan dari berbagai pihak. Mengenai akan hal itu, dalam kesempatan kali ini penulis akan menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si Selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, bimbingan, arahan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Diti Chamidah SE, MM. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, bimbingan, arahan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen pengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

5. Supervisor Mas Erwin dan seluruh *staff* di *outlet* Mokko Factory Donut & Coffee Ponorogo City Center yang telah memberikan izin dan membantu dalam kelancaran penelitian ini.
6. Bapak, ibu, adikku, dan seluruh orang yg menyayangi saya yang tak henti – hentinya memberikan dukungan dan doa untuk kesuksesanku.
7. Sahabat dan teman-teman seperjuanganku di kelas Manajemen 2016, terkhusus untuk kelas Manajemen B.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Kesempurnaan hanya milik Allah SWT, demikian dengan karya tulisan ini yang tidak sempurna, tak luput dari kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, peneliti sangat menghargai terhadap kritikan dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini. Besar harapan peneliti agar skripsi ini berguna bagi teman – teman mahasiswa manajemen khusunya bidang pemasaran, dan untuk masyarakat pada umumnya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Ponorogo, 28 Januari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

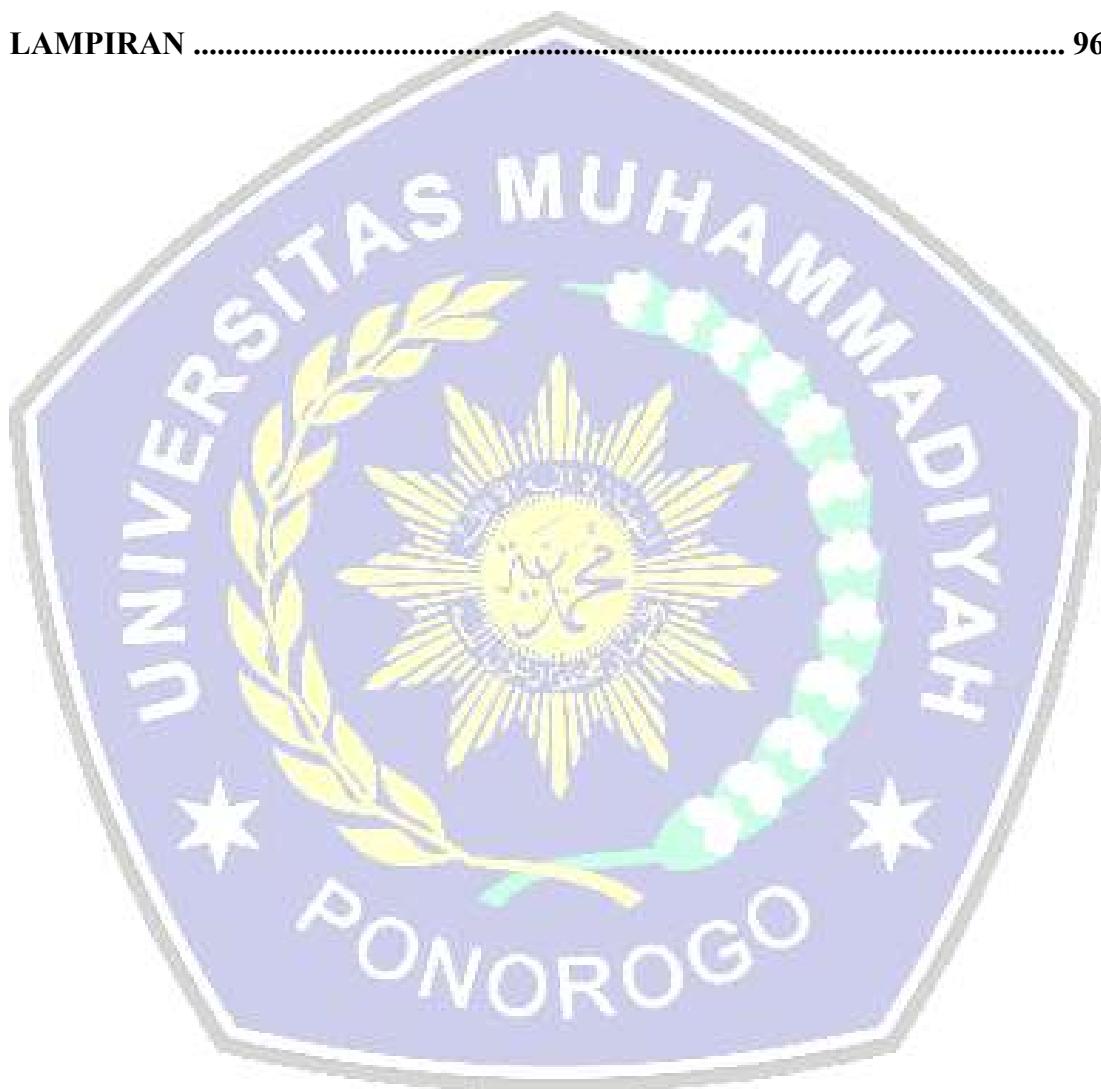
HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN.....	iii
RINGKASAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
1. Manajemen Pemasaran	8
2. Bauran Pemasaran / Marketing Mix	9

3. <i>Quality</i>	12
a. Pengertian <i>Quality</i>	12
b. Manfaat <i>Quality</i>	13
4. Pelayanan	14
a. Pengertian Pelayanan.....	14
b. Karakteristik Pelayanan.....	14
5. <i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan)	16
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	16
b. Indikator <i>Service Quality</i> / Kualitas Pelayanan.....	17
6. <i>Food Quality</i> / (Kualitas Makanan)	18
a. Pengertian Kualitas Makanan.....	18
b. Indikator <i>Food Quality</i> / Kualitas Makanan.....	18
7. <i>Store Atmosphere</i> / (Suasana Toko).....	20
a. Pengertian Suasana Toko	20
b. Elemen dalam <i>Store Atmosphere</i>	21
c. Faktor <i>Store Atmosphere</i>	23
d. Indikator <i>Store Atmosphere</i>	24
8. Loyalitas Konsumen	30
a. Pengertian Loyalitas Konsumen.....	30
b. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen.....	32
c. Tahapan Loyalitas Konsumen	34
d. Prinsip Loyalitas Konsumen.....	35
e. Manfaat Loyalitas Konsumen.....	36
f. Karakteristik Konsumen	37

g. Indikator Loyalitas Konsumen	38
B. Peneliti Terdahulu.....	39
C. Kerangka Pemikiran :	42
D. Hipotesis Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Ruang Lingkup Penelitian	44
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	44
1. Populasi Penelitian.....	44
2. Sampel.....	45
C. Metode Pengambilan Data.....	47
1. Data primer	47
2. Data Sekunder.....	48
D. Definisi Operasional Variabel	48
E. Metode Analisis Data	50
1. Uji Instrument	50
a. Uji Validitas.....	50
b. Uji Reliabilitas	51
2. Analisis Data	52
a. Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
b. Kofisien Determinasi (Nilai R ²)	52
3. Uji Hipotesis	53
a. Uji T (Uji Parsial).....	53
b. Uji F (Uji Simultan).....	53

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
A. Hasil Penelitian.....	55
1. Gambaran Umum Mokko Factory Donut & Coffee	55
2. Operasional Mokko Factory.....	57
3. Karetiristik Responden.....	58
a) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
b) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
c) Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
d) Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	61
e) Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	63
4. Uji Instrumen	64
a) Uji Validitas.....	64
b) Uji Reliabilitas.....	67
5. Tanggapan Responden	68
6. Hasil Analisis Data.....	74
a) Analisis Regresi Berganda	74
b) Koefisien Determinasi (R^2)	77
7. Hasil Uji Hipotesis	77
a) Uji Parsial (Uji T).....	77
b) Uji Simultan (Uji F).....	82
B. Pembahasan	83
1. Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	83
2. Pengaruh <i>Food Quality</i> Terhadap Loyalitas Konsumen.....	85
3. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Loyalitas Konsumen.....	87

BAB V PENUTUP	89
A. Kesimpulan	89
B. Keterbatasan Peneliti	90
C. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN	96



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	40
Tabel 2 Sarana dan Prasarana	57
Tabel 3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 6 Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan	62
Tabel 7 Responden Berdasarkan Intensitas Berkunjung	63
Tabel 8 Hasil Uji Validitas Service Quality (X1)	64
Tabel 9 Hasil Uji Validitas Food Quality (X2)	65
Tabel 10 Hasil Uji Validitas Store Atmosphere (X3)	66
Tabel 11 Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen (Y)	66
Tabel 12 Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel 13 Tabel Kriteria	69
Tabel 14 Tanggapan Responden terhadap Service Quality (X1)	70
Tabel 15 Tanggapan Responden terhadap Food Quality (X2)	71
Tabel 16 Tanggapan Responden terhadap Store Atmosphere (X3)	72
Tabel 17 Tanggapan Responden terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	73
Tabel 18 Output Analisis Regresi Berganda	74
Tabel 19 Hasil Uji R Square	77
Tabel 20 Output Analisis Regresi Berganda	78
Tabel 21 Uji Simultan (Uji F)	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran.....	42
Gambar 2 Bagian Samping Mokko	55
Gambar 3 Bagian Depan Mokko	55
Gambar 4 Open Kitchen Mokko.....	56
Gambar 5 Variasi Donat Mokko.....	56
Gambar 6 Daerah Penerimaan H ₀ pada Variabel Service Quality Terhadap Loyalitas Konsumen.....	79
Gambar 7 Daerah Penerimaan H ₀ pada Variabel Food Quality Terhadap Loyalitas Konsumen.....	80
Gambar 8 Daerah Penerimaan H ₀ pada Variabel Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen.....	81
Gambar 9 Daerah Penerimaan H ₀ Variabel Service Quality, Food Quality, dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Draft Kuesioner	97
Lampiran 2 - Data Hasil Tanggapan Responden	101
Lampiran 3 - Tabel r	106
Lampiran 4 - Tabel F	108
Lampiran 5 - Tabel t	110
Lampiran 6 - Output Uji Instrumen Data	111
a. Uji Validitas Service Quality (XI)	111
b. Uji Validitas Food Quality (X2)	111
c. Uji Validitas Store Atmosphere (X3)	112
d. Uji Validitas Loyalitas Konsumen (Y)	112
Lampiran 7 - Output Uji Instrumen Data	113
a. Uji Reliabilitas Food Quality (X2)	113
b. Uji Reliabilitas Food Quality (X2)	113
c. Uji Reliabilitas Store Atmosphere (X3)	113
d. Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen (Y)	113
Lampiran 8 - Output Koefisien Determinasi, Uji F, Uji T dan Analisis Regresi Linear Berganda	114
Lampiran 9 - Dokumentasi	115
Lampiran 10 - Berita Acara Bimbingan	116