

**KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
ANTARA *STORE ATMOSPHERE* DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PADA TOKO KOPI MERGAN**



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 : Muniika Neni Berlian

NIM : 21415380

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

**KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIEBEL MEDIASI
ANTARA *STORE ATMOSPHERE* DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PADA TOKO KOPI MERGAN**



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 : Munika Neni Berlian

NIM : 21415380

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi
Antara Pengaruh Store Atmosphere Dan Citra
Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toko
Kopi Mergan
Nama : Munika Neni Berlian
NIM : 21415380
Tempat, Tanggal Lahir : Kediri, 28 Juni 2002
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.

Pembimbing I


Dr. Heri Wijavanto, ST., MM., M.KOM
NUPTK. 0857752653130142

Ponorogo, 18 Juli 2025
Pembimbing II


Fery Setiawan, SE., MM
NUPTK. 1552767668131043

Mengetahui

Fakultas Ekonomi


Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si
NIK. 19701016 199904 12

Dosen Penguji

Penguji I


Dr. Heri Wijavanto, S.T., MM., M.Kom
NUPTK. 0857752653130142

Penguji II


Tegoeh Hari abrianto, SE., MM
NUPTK. 2337745646130133

Penguji III


Dr. Sri Hartono, SE., MM
NUPTK. 9562749652110033

RINGKASAN

Skripsi : “Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Antara Store Atmosphere Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toko Kopi Mergan”; Munika Neni Berlian, Nim 21415380, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Dosen Pembimbing I Dr. Heri Wijayanto, ST.,MM.M.KOM, Dosen Penguji II Fery Setiawan. SE.,MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi Antara Store Atmosphere dan Citra Merk Terhadap Loyalitas Konsumen pada Toko Kopi Mergan pada pelanggan Toko Kopi Mergan. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan pada Toko Kopi Mergan. Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan atau bertemu dengan peneliti yang dapat digunakan sebagai sampel. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Toko Kopi Mergan. Metodologi penelitian yang digunakan yaitu menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan bantuan software *SmartPLS version 4.1*. Hasil analisis menunjukkan bahwa Store Atmosphere berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen, Kepuasan Pelanggan dapat berperan sebagai variabel mediasi pada pengaruh Store Atmosphere terhadap Loyalitas Konsumen, Kepuasan Pelanggan dapat berperan sebagai variabel mediasi pada pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen.

Kata Kunci : Store Atmosphere, Citra Merek, Kepuasan pelanggan, Loyalitas Konsumen

MOTTO

Allah tidak mengatakan hidup itu mudah, tetapi Allah berjanji bahwa sesungguhnya

Bersama kesulitan ada kemudahan

(Q.S Al- Insyirah : 5-6)

It Will Pass, everthing you”ve through it will pass

(Rachel Venya)



KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatulahi. Wabarakatuh.

Alhamdulillah *alhamdulillah* *alhamdulillah*, puji syukur senantiasa peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga skripsi yang berjudul **“Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Antara Store Atmosphere Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toko Kopi Mergan”** dapat terselesaikan dengan lancar dan tepat waktu. Shalawat beserta salam senantiasa tercurahkan pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi seluruh umat dan kita nantikan syafaat-Nya di yaumul qiyamah.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan, dukungan dan kerjasama dari semua pihak. Untuk itu pada kesempatan ini dengan rasa hormat dan ketulusan hati peneliti menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Rido Kurnianto, M.Ag. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Dr. Riawan, S.Pd.,MM selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen
4. Bapak Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Fery Setiawan SE.MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah senantiasa bersabar

dalam membimbing peneliti dan memberikan arahan serta semangat untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.

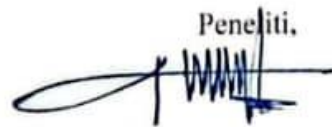
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, semoga ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan dapat bermanfaat bagi agama, bangsa dan negara.
6. Bapak Sukenti dan Ibu Nur Mulika yang hebat, terima kasih atas cinta, doa, dan dukungan tanpa batas yang telah Bapak dan Ibu berikan.
7. Sahabat saya Lina Fitriani, Fadilla, Hasna, Aurora, Audry, dan Laura yang sudah menemani dan mendukung saya ketika berproses .dan tidak lupa sahabat saya yang selalu menghibur dan menemani saya Ekyk Arviana.
8. Kepada teman-teman kelas Manajemen A Angkatan 2021, kalian sudah menjadi teman terbaik untuk saya selama menempuh pendidikan sarjana.
9. Terima Kasih kepada Mas Gilang selaku Owner dari Toko Kopi Mergan yang selama ini sudah membantu dan memberi dukungan dalam proses penelitian saya.
10. Kepada Diri sendiri. Munika Neni Berlian. Terima kasih sudah bertahan selama ini, terima kasih telah menjadi manusia yang selalu ceria.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharap segala bentuk saran serta masukan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaraktuh

Ponorogo, 18 Juli 2025

Peneliti,

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized loop followed by several vertical strokes and a horizontal line at the end.

Munika Neni Berlia

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK

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.

Ponorogo, 18 Juli 2025



Munika Neni Berlian

NIM. 21415380

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9
1. Manajemen	9

2.	Kewirausahaan	11
3.	<i>Marketing Mix</i>	12
4.	Perilaku Konsumen	14
5.	Loyalitas Konsumen.....	17
6.	Kepuasan Pelanggan.....	19
7.	<i>Store Atmosphere</i>	21
8.	Citra Merek.....	24
2.2	Penelitian Terdahulu.....	27
2.3	Kerangka Konseptual	28
2.4	Hipotesis.....	29
BAB III		35
METODE PENELITIAN		35
3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	35
3.2	Populasi dan Sampel	35
1.	Populasi	35
2.	Sampel.....	36
3.3	Jenis Data Penelitian	37
3.4	Metode Pengambilan Data	37
3.5	Definisi Operasional Variabel	39
3.6	Metode Analisis Data	40

1. Teknik Analisis Data	40
2. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	41
3. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	43
4. Analisis <i>Direct Effect</i> (Pengaruh Langsung)	44
5. Analisis <i>Indirect Effect</i> (Pengaruh Tidak Langsung)	45
6. Pengujian Hipotesis	46
BAB IV	49
HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Hasil Pembahasan	49
1. Gambaran Umum Objek	49
2. Identitas Responden	50
3. Deskripsi Variabel Penelitian	53
4.2 Skema Model Partial Least Square	58
4.3 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	59
1. Uji Validitas	59
2. Uji Reliabilitas	61
4.4 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	62
1. R-Square (R^2)	62
2. Analisis <i>Direct Effect</i> (Pengaruh Langsung)	63
3. Analisis <i>Indirect</i> (Pengaruh Tidak Langsung)	64

4.5	Pengujian Hipotesis	65
4.6	Pembahasan	70
BAB V.....		80
KESIMPULAN DAN SARAN		80
5.1	Kesimpulan.....	80
5.2	Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....		83
LAMPIRAN.....		89

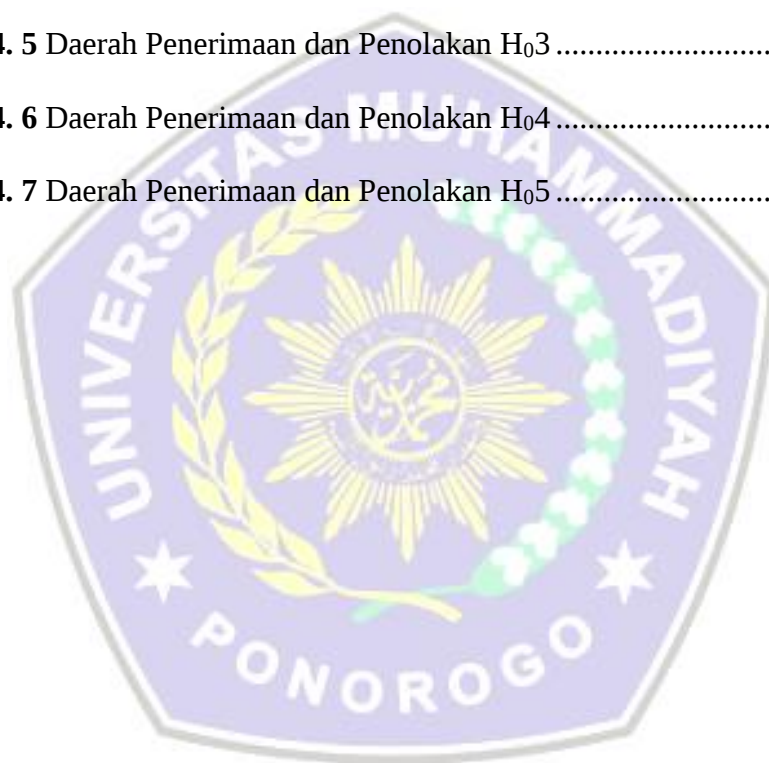


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3. 1 Skala Likert	38
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	39
Tabel 3. 3 Kriteria R- Square	43
Tabel 4. 1 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4. 2 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4. 3 Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Store atmosphere.....	54
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek	55
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan	56
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen	57
Tabel 4. 8 Nilai Outer Loading.....	59
Tabel 4. 9 Nilai Avarange Variant Extracte	60
Tabel 4. 10 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Realibility.....	61
Tabel 4. 11 Nilai R- square (R^2).....	62
Tabel 4. 12 Nilai Direct Effect	63
Tabel 4. 13 Nilai Indirect effect	64
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Hipotesis	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	28
Gambar 3.1 Model Penelitian.....	48
Gambar 4.1 Logo Toko Kopi Mergan	50
Gambar 4.2 Skema Model Partial Least Square.....	58
Gambar 4.3 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_{01}	67
Gambar 4.4 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_{02}	68
Gambar 4.5 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_{03}	68
Gambar 4.6 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_{04}	69
Gambar 4.7 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_{05}	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner.....	90
Lampiran 2 Output Frekuensi Karakteristik Responden.....	94
Lampiran 3 Tabulasi Data Jawaban Responden.....	95
Lampiran 4 Output Tanggapan Responden Terhadap Variabel.....	98
Lampiran 5 Hasil Olah Data Smart PLS 4.1 Inner Model	99
Lampiran 6 Dokumentasi	101
Lampiran 7 Surat Izin Penelitian.....	104
Lampiran 8 Berita Acara Bimbingan	105
Lampiran 9 Bukti Submit.....	107
Lampiran 10 Hasil Plagiasi.....	107

