

**PENGARUH CITRA MEREK, *STORE ATMOSPHERE*, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN**  
(Studi Kasus Pada Kedai Kopi Wedang Galuh, Jember)

**SKRIPSI**



Oleh:

Ahmad Hanafi

NIM. 1710411131

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**2021**

**PENGARUH CITRA MEREK, *STORE ATMOSPHERE*, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN**  
(Studi Kasus Pada Kedai Kopi Wedang Galuh, Jember)

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh:  
Ahmad Hanafi  
NIM. 1710411131

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**2021**

## PERNYATAAN PENULIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama: Ahmad Hanafi

Nim: 1710411131

Prodi: Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **PENGARUH CITRA MEREK, STORE ATMOSPHERE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN** (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Wedang Galuh, Jember) adalah karya sendiri, kecuali dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keashian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun, serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 23 Juni 2021

Yang menyatakan..



Ahmad Hanafi

NIM. 1710411131

**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA MEREK, *STORE ATMOSPHERE*, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
(STUDI PADA KEDAI KOPI WEDANG GALUH, JEMBER)**

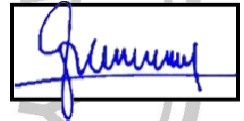
Oleh:

Ahmad Hanafi

17.1041.1131

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Dra.Retno Endah Supeni, M.M



Dosen Pembimbing Pendamping : Pawestri Winahyu, S.Psi., M.M

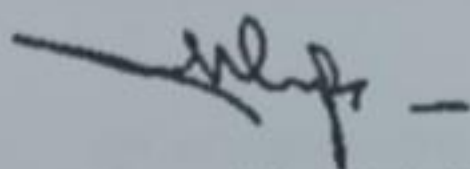


## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul: Pengaruh Citra Merek, *Store Atmosphere*, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Wedang Galuh, Jember), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

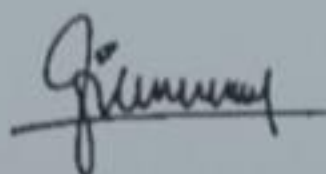
Hari : Kamis  
Tanggal : 10 Juni 2021  
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember  
Nama : Ahmad Hanafi  
NIM : 1710411131

Tim Penguji



Drs. Muhammad Naely Azhad, M.Si.  
NIP. 19661231 199303 1 001

Anggota 1,



Dra. Retno Endah Supeni, M.M.  
NPK. 95 10 256

Anggota 2,



Pawestri Winahyu, S.Psi, M.M.  
NIP. 1982052611703800

Mengesahkan :



Mahmud Ihsan Sari, SE, MM.  
NIP. 19770811 200501 2 001



Achmad Hasan Hafidzi, SE, MM.  
NPK. 15 09 647

## MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

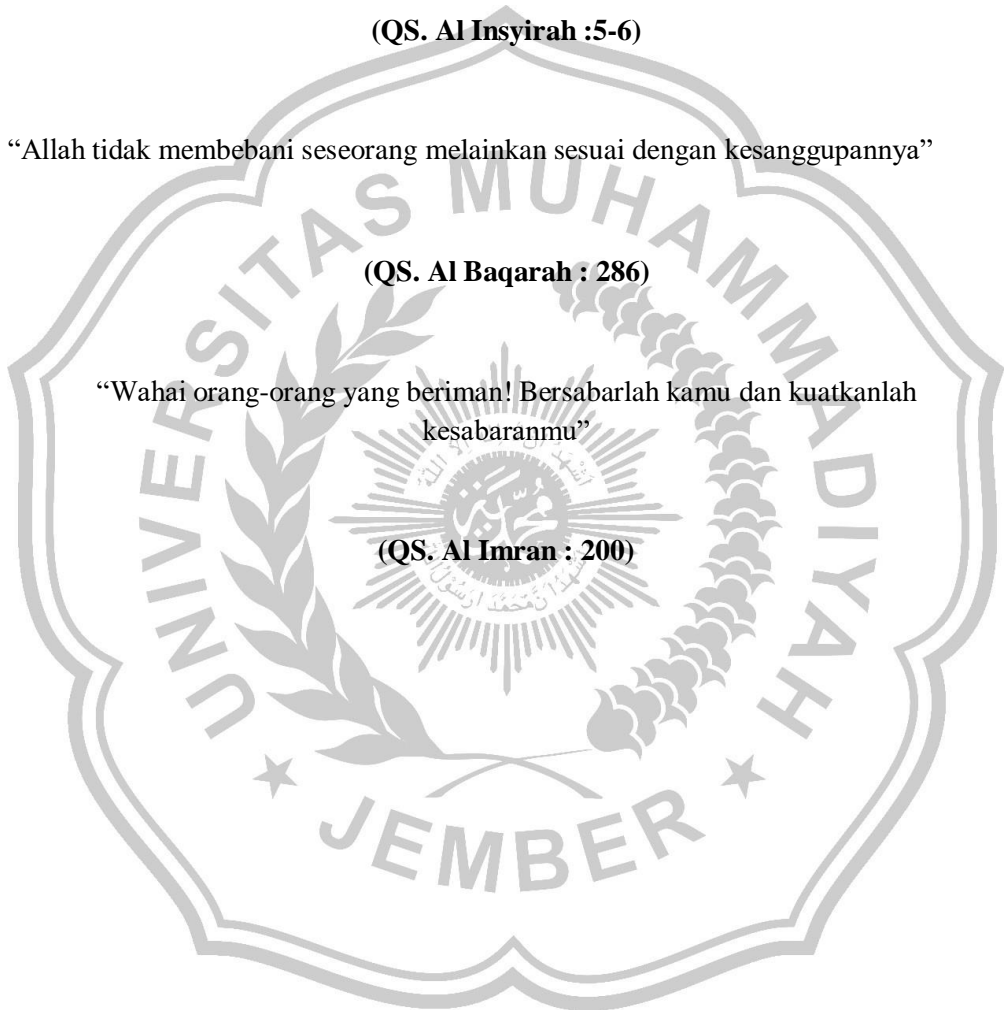
**(QS. Al Insyirah :5-6)**

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

**(QS. Al Baqarah : 286)**

“Wahai orang-orang yang beriman! Bersabarlah kamu dan kuatkanlah kesabaranmu”

**(QS. Al Imran : 200)**



## PERSEMBAHAN

Puji syukur alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orangtuaku tercinta. Terimakasih atas do'a serta perjuangannya selama ini yang telah merawat, memberi semangat, motivasi, serta bimbingannya dari aku lahir hingga dewasa seperti saat ini.
2. Ketiga kakakku tercinta, yang selalu mengingatkan aku jika aku salah, memberikan saran, berbagi canda tawa, suka maupun duka, serta memberi semangat untuk aku menyelesaikan skripsi.
3. Almamater tercinta dan kebanggaan Universitas Muhammadiyah Jember.



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis sejauh mana relevansi dari citra merek, *Store Atmosphere*, dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. Hipotesis dalam penelitian ini citra merek, *Store Atmosphere*, dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen secara parsial. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang loyal pada Kedai Kopi Wedang Galuh yang memiliki jumlah indikator sebanyak 24 dikalikan dengan 5 menghasilkan 120, sehingga sampel yang ditetapkan pada penelitian ini adalah 120 responden. Metode teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan kuesioner. Analisis yang digunakan ialah uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji t, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa store atmosphere secara signifikan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sedangkan citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, dan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

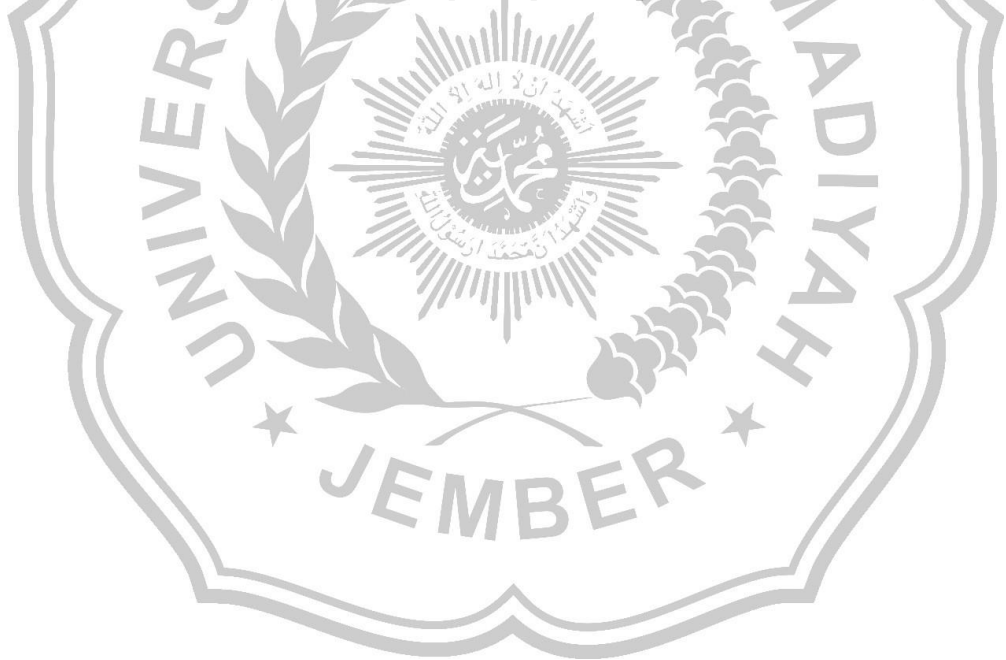
Kata kunci: Citra Merek, *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, dan Loyalitas Konsumen



## **ABSTRACT**

*This study aims to determine and analyze the extent to which the relevance of the brand image, Store Atmosphere, and consumer loyalty. The hypothesis in this study is the brand image, Store Atmosphere, and consumer loyalty. The population used in this study are consumers who are loyal to the coffee shop wedang galuh which has the number of indicators of 24 multiplied by 5 yields 120, so that the sample set in this study was 120 respondents. The sampling technique method used in this research is purposive sampling method. Data collection techniques using observations and questionnaires. The analysis used is the validity test, reliability test, multiple linear regression analysis, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, t test, and coefficient of determination. The results showed that Store Atmosphere had no significant effect on consumer loyalty, while brand image and product quality had a positive and significant effect on consumer loyalty, and simultaneously had a significant positive effect on consumer loyalty.*

*Keywords: Brand image, Store Atmosphere, product quality, and consumer loyalty.*



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, *Store Atmosphere*, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Wedang Galuh, Jember)”.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan kelulusan akademik untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember, serta untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM.).

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Maheni Ika Sari, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Ibu Dra. Retno Endah Supeni, M.M. dan Pawestri Winahyu, S. Psi., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah mengarahkan dan membimbing sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Drs. Muhamad Naely Azhad, SE., MM., selaku Dosen Penguji skripsi yang telah bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
6. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberi ilmu serta pengalaman selama masa perkuliahan beserta staf karyawan dan staf administrasi.
7. Bapak Kendo, selaku pemilik Kedai Kopi Wedang Galuh yang telah menerima dan memberikan izin untuk melakukan penelitian.
8. Seluruh pegawai Universitas Muhammadiyah Jember.
9. Kedua orangtuaku yang telah memberikan kasih sayang, nasehat, semangat, serta do'a yang tiada henti.
10. Semua pihak yang telah membantu mempelancar proses penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu, terima kasih

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi setiap pembaca pada umumnya.

Jember, 23 Juni 2021

Penyusun



Ahmad Hanafi



## Daftar Isi

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	i
<b>PERNYATAAN PENULIS</b> .....	ii
<b>PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	4
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	5
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	5
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
<b>2.1 Tinjauan Teori</b> .....	6
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	6
2.1.2 Loyalitas Konsumen .....	7
2.1.3 Citra Merek .....	8
2.1.4 <i>Store Atmosphere</i> .....	9
2.1.5 Kualitas Produk .....	11
<b>2.2 Penelitian Terdahulu</b> .....	12
<b>2.3 Kerangka Konseptual Penelitian</b> .....	16
<b>2.4 Hipotesis Penelitian</b> .....	17
2.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen .....	17
2.4.2 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Loyalitas Konsumen .....	18
2.4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen .....	19
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b> .....	20
<b>3.1 Identifikasi Variabel</b> .....	20
<b>3.2 Definisi Operasional Variabel</b> .....	20
<b>3.3 Desain Penelitian</b> .....	22
<b>3.4 Jenis dan Sumber Data</b> .....	23
3.4.1 Data Primer .....	23

3.4.2 Data Sekunder .....	23
<b>3.5 Populasi dan Sampel.....</b>	<b>23</b>
3.5.1 Populasi.....	23
3.5.2 Sampel .....	24
<b>3.6 Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>24</b>
<b>3.7 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>25</b>
3.7.1 Uji Instrumen Data .....	25
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	26
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>29</b>
<b>4.1 Gambaran umum objek Penelitian .....</b>	<b>29</b>
4.1.1 Profil Kedai Kopi Wedang Galuh.....	29
4.1.2 Visi, Misi Kedai Kopi Wedang Galuh .....	29
4.1.2.1 Visi Kedai Kopi Wedang Galuh .....	29
4.1.2.2 Misi Kedai Kopi Wedang Galuh .....	29
<b>4.2 Aspek Personalia .....</b>	<b>29</b>
4.2.1 Jumlah Tenaga Kerja .....	29
4.2.2 Jam Kerja .....	30
4.2.3 Sistem Upah .....	30
<b>4.3 Aspek Operasional Usaha.....</b>	<b>31</b>
4.3.1 Bahan Baku Dan Bahan Penolong.....	31
4.3.2 Peralatan Usaha .....	32
<b>4.4 Aspek Pemasaran .....</b>	<b>32</b>
4.4.1 Jangkauan Pemasaran .....	32
4.4.2 Strategi Pemasaran .....	32
<b>4.5 Penyajian Data .....</b>	<b>33</b>
4.5.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	33
4.5.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	33
<b>4.6 Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....</b>	<b>39</b>
<b>4.6.1 Hasil Penelitian.....</b>	<b>39</b>
4.6.1.2 Uji Instrumen Data.....	39
4.6.1.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	40
4.6.1.3 Uji Asumsi Klasik .....	42
4.6.1.4 Uji Hipotesis.....	45
4.6.1.5 Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ).....	46
<b>4.6.2 Pembahasan atas Hasil Penelitian.....</b>	<b>46</b>
4.6.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kedai Kopi Wedang Galuh Jember .....	46
4.6.2.2 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kedai Kopi Wedang Galuh Jember .....	47
4.6.2.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada	

Kedai Kopi Wedang Galuh Jember .....	48
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>49</b>
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	<b>49</b>
<b>5.2 Saran</b> .....	<b>49</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>50</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>53</b>



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 4.1 Jumlah Tenaga Kerja Kedai Kopi Wedang Galuh .....	30
Tabel 4.2 Struktur Organisasi Kedai Kopi Wedang Galuh .....	30
Tabel 4.3 Jumlah Penggunaan Bahan Penolong Dalam Satu Bulan Produksi.....	31
Tabel 4.4 Peralatan Dalam Proses Produksi Usaha Kedai Kopi Wedang Galuh ...	32
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	34
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	35
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Citra Merek.....	36
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Store Atmosphere.....	36
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk.....	37
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Reponden Terhadap Loyalitas Konsumen .....	38
Tabel 4.12 Tabel Hasil Uji Validitas.....	39
Tabel 4.13 Tabel Hasil Uji Reabilitas .....	41
Tabel 4.14 Tabel Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	41
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas .....	43
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas .....	44
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	44
Tabel 4.18 Hasil Uji t.....	45
Tabel 4.19 Hasil Uji R2.....	46

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Kedai Kopi Wedang Galuh.....	30
Gambar 4.8 Hasil Uji Normalitas .....	43





## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	52
Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Responden .....	53
Lampiran 3. Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian .....	59
Lampiran 4. Hasil Uji Instrumen .....	65
Lampiran 5. Analisis Regresi Linier Berganda .....	72
Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	74
Lampiran 7. Hasil Uji Hipotesis .....	77
Lampiran 8. Koefisien Determinasi Berganda (R <sup>2</sup> ).....	78
Lampiran 9. R tabel.....	79

