

PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*, *SERVICE QUALITY* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TIGAKATA COFFE JEMBER

SKRIPSI

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



Oleh :

Mochammad Rizal Fathoni

18.104.11.154

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2023**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mochammad Rizal Fathoni
NIM : 1810411154
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: *PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING, SERVICE QUALITY DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TIGAKATA COFFE JEMBER*, adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, 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 dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 07 Juli 2023
Yang menyatakan,



Mochammad Rizal Fathoni
NIM. 1810411154



PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*, *SERVICE QUALITY* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TIGAKATA COFFE JEMBER

Oleh :

Mochammad Rizal Fathoni

18.104.11.154

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama

: Wahyu Eko Setianingsih., SE., MM

Dosen Pembimbing Pendamping

: Nursaidah, SE, MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: *PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING, SERVICE QUALITY DAN STORE ATMOSPHERE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TIGAKATA COFFE JEMBER, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Mochammad Rizal Fathoni
NIM : 1810411154
Hari : Jum'at
Tanggal : 07 Juli 2023
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,


Drs. Muhamad Naely Azhad, M.Si


NPK : 196612311993031001

Anggota 1,


Wahyu Eko Setianingsih., SE., MM

NPK : 1979120811503633

Anggota 2,


Nursaidah, SE, MM

NPK : 1985060111509637

Mengesahkan :



Maheni Yka Sari, SE, MM
NIP : 197708112005012001

Ketua Program Studi,



Dy. Elhas Setyowati, SH., SE., MM
NPK : 1972032710509477

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya, nikmat kesehatan, serta pemahaman dan kehadiran Allah Subhanhu Wata'ala atas segala rahmat dan karuniannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING, SERVICE QUALITY DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TIGAKATA COFFE JEMBER*, Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulisan skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
2. Terimakasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua saya Bapak Alm. Wartoyo dan Ibu Dra. Ribut Andayani, dengan penuh kesabaran yang selalu membimbing, menemani, dan memenuhi semua kebutuhan saya serta mencintai saya tanpa syarat. Terimakasih atas segala kerja kerasnya, dan merawat dengan susah payah demi masa depan saya.
3. Untuk kakak kandung saya Sari Rahmawati yang sudah menjadi sosok kakak yang baik, selalu mengingatkan saya tentang hal hal baik dan selalu mensupport saya. Untuk kakak ipar saya Setiawan Muslim yang selalu mengingatkan saya tentang hal hal baik.
4. Teruntuk Rr. Aurel Nalini Majestika, S.M, terimakasih sudah memberi semangat baru untuk saya. Terimakasih sudah sabar menghadapi kemalasan saya selalu mengingatkan saya untuk maju maju dan maju sampai saya bisa sampai pada titik saat ini. Terimakasih sekali lagi saya ucapkan atas segala hal yang telah anda berikan kepada saya.
5. Untuk Ibang, Rara, Aldi, Nizam, Rian, Mas Ical, Mas Adit, Mas Sapere, PPI Family, Tigakata Family, Rizqon, Ananta, Agong, Rendi, Ilyas, Raja, Nugi, Alfateha, Sesepeuh Florist, KPK, Alm. Ardi, Deny, Ahnaf, Riko, Hera, Bryan, Riki, Mas mas Klanrock, serta sahabat, teman- temanku yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih sebanyak-banyaknya sudah mewarnai hidup saya.
6. Keluarga besar Alm. Drs. Edie Soejoto, terimakasih banyak atas bantuannya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Nursaidah, SE., MM selaku dosen pembimbing satu skripsi saya yang telah membimbing dan membantu saya dalam penyusunan skripsi saya.
8. Ibu Wahyu Eko Setianingsih., SE.,MM selaku dosen pembimbing kedua skripsi saya yang telah membimbing dan membantu saya dalam penyusunan skripsi saya.
9. Bapak Ibu Dosen Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember atas segala ilmu yang sudah diberikan kepada saya.

MOTTO

“Hai orang-orang beriman apabila dikatakan kepadamu: “Berlapang-lapanglah dalam majelis”, maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: “Berdirilah kamu”, maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

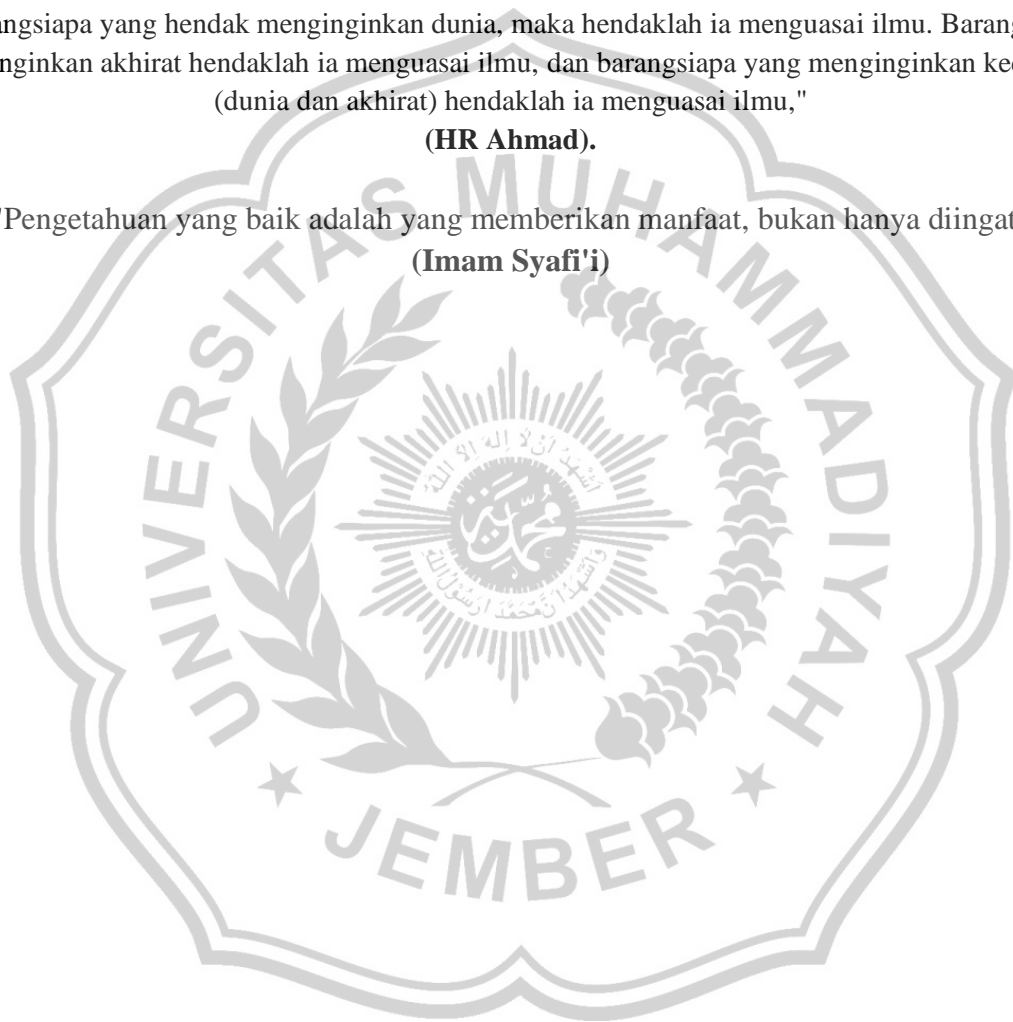
(QS. Surat Al-Mujadalah ayat: 11)

"Barangsiapa yang hendak menginginkan dunia, maka hendaklah ia menguasai ilmu. Barangsiapa menginginkan akhirat hendaklah ia menguasai ilmu, dan barangsiapa yang menginginkan keduanya (dunia dan akhirat) hendaklah ia menguasai ilmu,"

(HR Ahmad).

"Pengetahuan yang baik adalah yang memberikan manfaat, bukan hanya diingat."

(Imam Syafi'i)



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kupersembahkan hanya pada ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul *PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING, SERVICE QUALITY DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TIGAKATA COFFE JEMBER*, Skripsi ini merupakan karya penulis dan merupakan salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing dan mendorong serta memberi semangat pada penulis. Penulis sadar tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itulah pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada

1. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Drs. Muhamad Naely Azhad, M.Si, selaku ketua penguj skripsi.
3. Wahyu Eko Setianingsih., SE., MM, selaku dosen pembimbing I dan
4. Nursaidah, SE., MM, selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
6. Ayah dan Ibu saya yang selalu mensupport dalam segala hal
7. Rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberi bantuan dan masukan yang sangat berguna dalam menyusun skripsi ini.

Atas amal baik yang telah diberikan pada penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat serta hidayah-Nya diberikan kepada kita semua. Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jember, 07 Juli 2023

Penulis

DAFTAR ISI

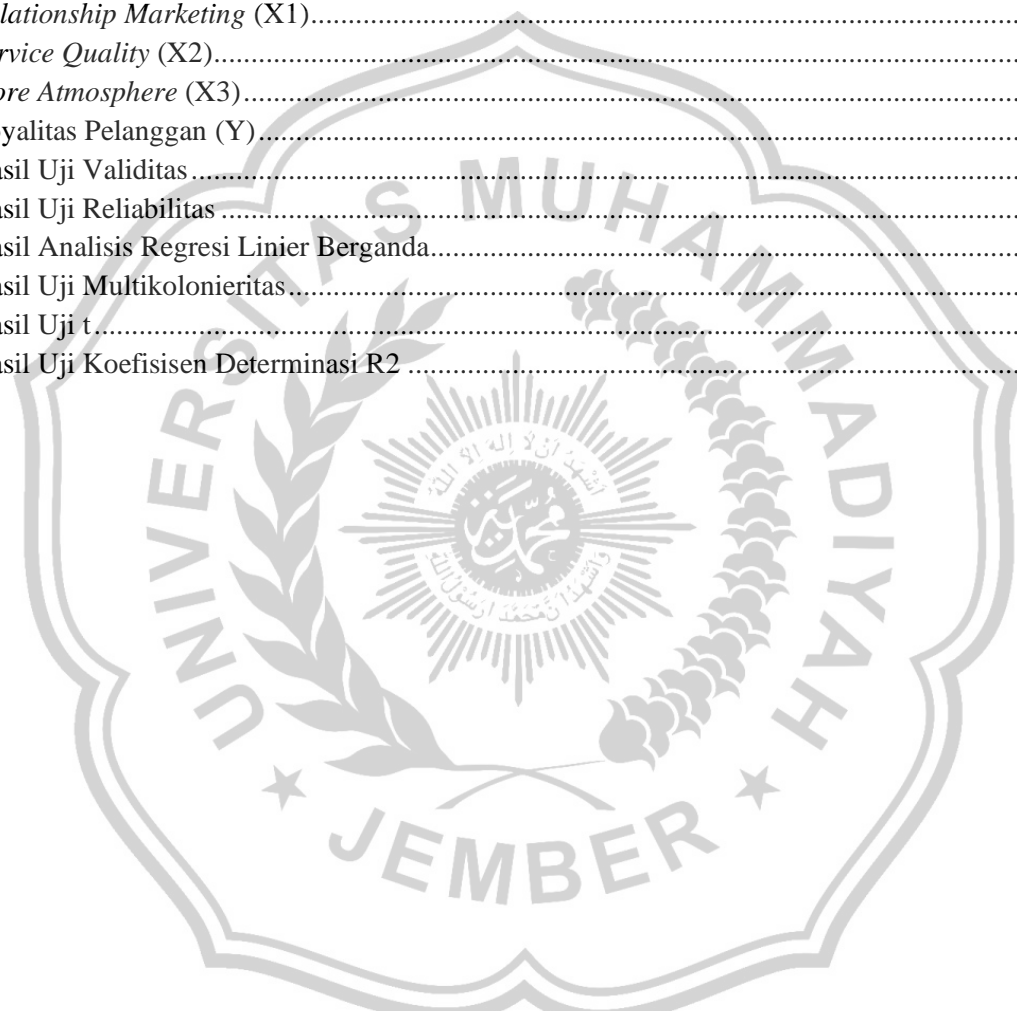
PERNYATAAN	i
PENGESAHAN	iii
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2	6
TINJAUAN PUSTKA	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	6
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	7
2.1.4 Loyalitas Pelanggan.....	7
2.1.5 <i>Relationship Marketing</i>	9
2.1.6 <i>Service Quality</i>	12
2.1.7 <i>Store Atmosphere</i>	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	15
2.3 Kerangka Konseptual.....	18
2.4 Hipotesis.....	18
2.4.1 <i>Relationship Marketing</i> berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	18
2.4.2 <i>Service Quality</i> berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	19
2.4.3 <i>Store Atmosphere</i> berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	19
BAB 3	21
METODE PENELITIAN	21
3.1 Identifikasi Variabel.....	21
3.1.1 Variabel Independen.....	21
3.1.2 Variabel Dependen.....	21
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	21
3.3 Desain Penelitian.....	23
3.4 Jenis Data.....	23
3.4.1 Data Primer.....	23
3.4.2 Data Sekunder.....	23
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	23
3.5.1 Populasi.....	23
3.5.2 Sampel.....	23
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.7 Teknis Analisis Data.....	25

3.7.1 Uji Instrumen Data.....	25
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	26
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	26
3.7.4 Uji Hipotesis.....	27
3.7.5 Uji R ² (Koefisien Detreminasi).....	28
BAB 4.....	29
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	29
4.1.1 Profil Tigakata Coffe.....	29
4.2 Hasil Statistik deskriptif.....	31
4.2.1 Deskripsi Statistik Responden.....	31
4.2.2 Analisis Indeks Jawaban Responden.....	32
4.3 Hasil Analisis Data.....	34
4.3.1 Hasil Uji Instrumen Data.....	34
4.3.2 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	35
4.3.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	36
4.3.4 Hasil Uji Hipotesis.....	38
4.3.5 Hasil Koefisien Determinasi Berganda (R ²).....	39
4.4 Pembahasan.....	39
4.4.1 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	39
4.4.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	40
4.4.3 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	41
BAB 5.....	43
KESIMPULAN DAN SARAN.....	43
5.1 Kesimpulan.....	43
5.2 Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA.....	44
Lampiran-Lampiran.....	46

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1 Produk Tigakata Coffe Jember	3
1.2 Rekapitulasi Omset Penjualan Tigakata Coffe Jember 2022	2
2.1 Penelitian Terdahulu	15
4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	29
4.2 Karakteristik Berdasarkan Umur	30
4.3 Karakteristik Berdasarkan Jumlah Pembelian Produk	30
4.4 <i>Relationship Marketing</i> (X1).....	31
4.5 <i>Service Quality</i> (X2).....	31
4.6 <i>Store Atmosphere</i> (X3).....	31
4.7 Loyalitas Pelanggan (Y).....	32
4.8 Hasil Uji Validitas	32
4.9 Hasil Uji Reliabilitas	33
4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	34
4.11 Hasil Uji Multikolonieritas.....	35
4.12 Hasil Uji t.....	36
4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi R ²	37



DAFTAR GAMBAR

Gambar

2.1 Kerangka Konseptual	18
4.1 Hasil Uji Normalitas.....	35
4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	36



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Hasil Statistik Dekskriptif
3. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas
4. Hasil Uji Asumsi Klasik
5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
6. Surat Keterangan Penelitian
7. Dokumentasi

