

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, *PRODUCT QUALITY*, *STORE ATMOSPHERE*, DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Kasus Kopixel Jember)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen



**Oleh :
ULFI ZHRUNA
21.1041.1019**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2025**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ulfi Zahrana
NIM : 2110411019
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa SKRIPSI yang berjudul “Pengaruh *Experiential Marketing, Product Quality, Store Atmosphere, dan Service Quality* (Studi Kasus Kopixel Jember)” adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi 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 di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 13 Februari 2025
Yang menyatakan,



Ulfi Zahrana
NIM. 21.1041.1019


SKRIPSI

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, *PRODUCT QUALITY*, *STORE ATMOSPHERE*, DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Kasus Kopixel Jember)**

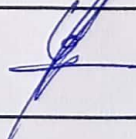
Oleh : ULFI ZAHRUNA
NIM. 21.1041.1019

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Feti Fatimah, SE., MM



Dosen Pembimbing Pendamping : Yohanes Gunawan Wibowo, SE., MM

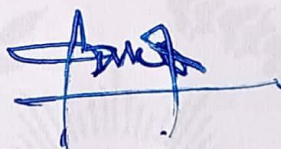


PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh *Experiential Marketing*, *Product Quality*, *Store Atmosphere*, dan *Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Kopixel Jember)”, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

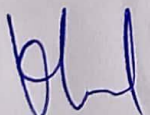
Hari : Kamis
Tanggal : 13 Februari 2025
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



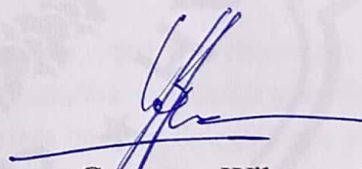
Dr. Budi Santoso SE, MM, M. Akun
NPK. 1973100911139340

Anggota 1,



Dr. Feti Fatimah, SE., MM
NPK. 1979052510709622

Anggota 2,



Yohanes Gurawan Wibowo, SE., MM
NPK. 1984060411703794

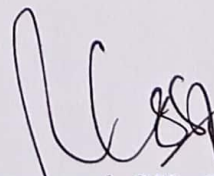
Mengesahkan:

Dekan,



Maheni Ika Sari, SE., MM.
NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi,



Dr. Trias Setyowati, SH., SE, MM.
NPK. 1972032710509477

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini yang berjudul "Pengaruh *Experiential Marketing, Product Quality, Store Atmosphere, dan Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Kopixel Jember)". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa doa, bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan penuh rasa hormat dan tulus hati, penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kemudahan di setiap langkah kehidupan penulis.
2. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Jember Dr. Hanafi. M.Pd
3. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM Selaku Ketua Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Bapak Dr. Budi Santoso, SE, MM, M.Akun Selaku Ketua Penguji yang telah memberikan masukan yang membangun dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Feti Fatimah SE, MM dan bapak Yohanes Gunawan Wibowo SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan arahan, kritik, dan saran yang membangun selama proses penyusunan skripsi ini, serta telah meluangkan waktunya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember atas segala ilmu yang telah diberikan kepada penulis.
8. Kelas Manajemen A Angkatan 2021, teman-teman seperjuanganku yang telah memberikan semangat, warna indah, dan kebersamaan yang tak ternilai dalam masa perkuliahan, sukses selalu buat kalian dalam mengejar mimpi masing-masing.
9. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Jember, terimakasih atas kesempatan yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah diharapkan dalam mencapai kesempurnaan skripsi ini. Mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan dan bisa memberikan manfaat bagi pembaca.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
PERNYATAAN PENULIS.....	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Tinjauan Teori	10
2.1.1 <i>Expentacy Disconfirmation Theory</i>	10
2.1.2 <i>Experiential Marketing</i>	11
2.1.2.1 <i>Pengertian Experiential Marketing</i>	11
2.1.2.2 <i>Karakteristik Experiential Marketing</i>	11
2.1.2.3 <i>Indikator Experiential Marketing</i>	12
2.1.3 <i>Product Quality</i>	14
2.1.3.1 <i>Pengertian Product Quality</i>	14

2.1.3.2 Indikator <i>Product Quality</i>	15
2.1.4 <i>Store Atmosphere</i>	16
2.1.4.1 Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	16
2.1.4.2 Indikator <i>Store Atmosphere</i>	17
2.1.5 <i>Service Quality</i>	18
2.1.5.1 Pengertian <i>Service Quality</i>	18
2.1.5.2 Indikator <i>Service Quality</i>	18
2.1.6 Loyalitas Pelanggan	19
2.1.6.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	19
2.1.6.2 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	20
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Konseptual.....	24
2.4 Hipotesis Penelitian.....	25
2.4.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	26
2.4.2 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	26
2.4.3 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	27
2.4.4 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	28
2.4.5 Pengaruh <i>Experiential Marketing, Product Quality, Store Atmosphere, dan Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	28
BAB 3 METODE PENELITIAN	30
3.1 Identifikasi variabel.....	30
3.1.1 Variabel Independen/Variabel Bebas (X)	30
3.1.2 Variabel Dependen/Variabel Terikat (Y)	30
3.2 Definisi Operasional Variabel	30
3.2.1 Variabel Independen/Variabel Bebas (X)	30
3.2.2 Variabel Dependen/Variabel Terikat (Y)	33
3.3 Desain Penelitian.....	33
3.4 Jenis Data Penelitian	33
3.4.1 Data Primer.....	33

3.4.2 Data Sekunder	33
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	34
3.5.1 Populasi	34
3.5.2 Sampel.....	34
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel	34
3.6 Teknik Pengumpulan Data	35
3.7 Teknik Analisis Data	35
3.7.1 Uji Instrumen Data	35
3.7.1.1 Uji Validitas.....	36
3.7.1.2 Uji Reliabilitas.....	36
3.7.2 Analisis regresi Linear Berganda.....	36
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	37
3.7.3.1 Uji Normalitas	37
3.7.3.2 Uji Multikolineritas	37
3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas	37
3.7.4 Uji Hipotesis.....	38
3.7.4.1 Uji t (Parsial)	38
3.7.4.2 Uji F (Simultan)	38
3.7.4.3 Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	38
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	40
4.1.1 Sejarah Singkat Kopixel	40
4.1.2 Visi dan Misi	41
4.1.3 Struktur Organisasi	41
4.2 Hasil dan Analisis Data	43
4.2.1 Analisis Karakteristik Responden	43
4.2.2 Analisis Indeks Jawaban Responden.....	44
4.3 Hasil Uji Instrumen Data	55
4.3.1 Uji Validitas.....	55

4.3.2 Uji Reliabilitas	56
4.4 Uji Asumsi Klasik	57
4.4.1 Uji Normalitas.....	57
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	58
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	59
4.5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
4.6 Uji Hipotesis	61
4.6.1 Uji t (Parsial).....	61
4.6.2 Uji F (Simultan)	62
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²).....	63
4.7 Pembahasan.....	63
4.7.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	63
4.7.2 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	65
4.7.3 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	65
4.7.4 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	67
4.7.5 Pengaruh <i>Experiential Marketing, Product Quality, Store Atmosphere, dan Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	68
BAB 5 PENUTUP	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Kedai Kopi Kekinian di Jember	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Penilaian Skala <i>Likert</i>	35
Tabel 4.1 Karakteristik Usia	43
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin	43
Tabel 4.3 <i>Experiential Marketing</i> (X1.1)	44
Tabel 4.4 <i>Experiential Marketing</i> (X1.2)	45
Tabel 4.5 <i>Experiential Marketing</i> (X1.3)	45
Tabel 4.6 <i>Experiential Marketing</i> (X1.4)	46
Tabel 4.7 <i>Experiential Marketing</i> (X1.5)	46
Tabel 4.8 <i>Product Quality</i> (X2.1)	47
Tabel 4.9 <i>Product Quality</i> (X2.2)	47
Tabel 4.10 <i>Product Quality</i> (X2.3)	48
Tabel 4.11 <i>Product Quality</i> (X2.4)	48
Tabel 4.12 <i>Store Atmosphere</i> (X3.1)	49
Tabel 4.13 <i>Store Atmosphere</i> (X3.2)	49
Tabel 4.14 <i>Store Atmosphere</i> (X3.3)	50
Tabel 4.15 <i>Store Atmosphere</i> (X3.4)	50
Tabel 4.16 <i>Service Quality</i> (X4.1)	51
Tabel 4.17 <i>Service Quality</i> (X4.2)	51
Tabel 4.18 <i>Service Quality</i> (X4.3)	52
Tabel 4.19 <i>Service Quality</i> (X4.4)	52
Tabel 4.20 <i>Service Quality</i> (X4.5)	53
Tabel 4.21 Loyalitas Pelanggan (Y1)	53
Tabel 4.22 Loyalitas Pelanggan (Y2)	54
Tabel 4.23 Loyalitas Pelanggan (Y3)	54
Tabel 4.24 Loyalitas Pelanggan (Y4)	55
Tabel 4.25 Uji Validitas	55
Tabel 4.26 Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.27 Uji Normalitas	57
Tabel 4.28 Uji Multikolinieritas	59
Tabel 4.29 Uji Analisis Linear Berganda	60
Tabel 4.30 Uji t (Parsial)	61
Tabel 4.31 Uji F (Simultan)	62
Tabel 4.32 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	63

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Pertumbuhan Kedai Kopi di Indonesia.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	25
Gambar 4.1 Logo Kopixel.....	40
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Kopixel Jember.....	41
Gambar 4.3 Uji Normalitas P-Plots.....	58
Gambar 4.4 Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas.....	60



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Pengantar Kuesioner	78
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	79
Lampiran 3. Rekapitulasi Kuesioner Online	82
Lampiran 4. Tabulasi Olah Data Responden	86
Lampiran 5. Uji Validitas.....	92
Lampiran 6. Uji Reliabilitas	95
Lampiran 7. Uji Asumsi Klasik	96
Lampiran 8. Uji Regresi Linear Berganda.....	98
Lampiran 9. Uji Hipotesis	99
Lampiran 10. Dokumentasi	100
Lampiran 11. Surat Izin Penelitian	101

