

**PENGARUH SUASANA TOKO, KUALITAS PRODUK DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN**  
(Studi pada Kedai KOPI KULO)

**SKRIPSI**



Nama : Vivin Ayuning Rifa'i

NIM : 43119010101

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA

2024

**PENGARUH SUASANA TOKO, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**  
(Studi pada Kedai KOPI KULO)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana  
Jakarta



Oleh :  
Vivin Ayuning Rifa'i  
43119010101

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2024

## **SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Vivin Ayuning Rifa'i

NIM : 43119010101

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil dari karya saya sendiri, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumber pengutipan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 10 Maret 2024

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Vivin Ayuning Rifa'i

NIM : 43119010101

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Vivin Ayuning Rifa'I  
NIM : 43119010101  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH SUASANA TOKO, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Kedai KOPI KULO)  
Tanggal Sidang : 4 Maret 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Arief Bowo Prayoga Kasmu, S.E., M.M., Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

LPTA 04243845



Please Scan QRCode to Verify

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari Suasana Toko, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan KOPI KULO. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan KOPI KULO yang sudah pernah melakukan pembelian di KOPI KULO dengan minimal tiga kali pembelian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Non Probability Sampling* dan metode *Purposive Sampling* dengan ukuran sampel sebesar 245 responden. Metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS versi 26 untuk analisis deskriptif dan metode analisis *Variance* atau *Component Based Structural Equation Modeling* melalui software *Smart-PLS* versi 3.2.9., untuk uji instrumen. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci** : Suasana Toko, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.



## **ABSTRACT**

*This research aims to test and analyze the influence of store atmosphere, product quality and service quality on KOPI KULO customer satisfaction. The population used in this research is KOPI KULO customers who have made purchases at KOPI KULO with a minimum of three purchases. The sampling technique used was the Non Probability Sampling and the Purposive Sampling method with a sample size of 245 respondents. The data collection method uses a questionnaire method. The data analysis method used in this research is SPSS version 26 for descriptive analysis and the Variance analysis method or Component-Based Structural Equation Modeling via Smart-PLS software version 3.2.9, for instrument testing. The results of this research state that the store atmosphere variable has a positive and significant effect on customer satisfaction. Product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, and service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction.*

**Keywords:** *Store Atmosphere, Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction.*



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Kedai KOPI KULO)”**. Dalam pembuatan skripsi ini tidak sedikit kendala dan rintangan yang penulis hadapi. Tetapi, berkat bimbingan dari Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, S.E., M.M., Ph.D, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu. Penulis juga berterima kasih, karena telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat dan pengetahuan dan nasehat-nasehat yang bermanfaat.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang sudah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini, terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana;
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si. Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana;
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana;
4. Bapak dan Ibu dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan keikhlasannya menyalurkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami;

5. Bapak dan Ibu di bagian Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran bersedia membantu segala urusan administrasi yang dibutuhkan oleh penulis selama kuliah;
6. Orang tua tercinta yang selalu memberikan dukungan, doa dan kasih sayang yang tiada henti-hentinya;
7. Kedua adik tercinta yang selalu memberikan semangat dan menghibur penulis dalam menyelesaikan skripsi;
8. Seluruh teman-teman Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana angkatan 2019 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan, karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan beberapa saran dan masukan hingga kritik yang dapat membangun pengetahuan penulis dari beberapa pihak untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas dari skripsi ini.

Demikian penulis meminta maaf atas kesalahan yang ada dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi pembaca dan penulis.

Jakarta, 13 Desember 2023

Vivin Ayuning Rifa'i



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah .....	18
C. Tujuan Penelitian .....	19
D. Kontribusi Penelitian .....	19
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ....</b>	<b>21</b>
A. Kajian Pustaka .....	21
1. Manajemen Pemasaran .....	21
a. Pengertian Manajemen .....	21
b. Pengertian Pemasaran .....	21
c. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	22
2. Pemasaran Jasa .....	22
a. Pengertian Pemasaran Jasa .....	22
b. Karakteristik Pemasaran Jasa .....	22
3. Perilaku Konsumen .....	23
a. Pengertian Perilaku Konsumen .....	23

b. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	24
4. Suasana Toko .....	25
a. Pengertian Suasana Toko .....	25
b. Pentingnya Suasana Toko .....	26
c. Dimensi dan Indikator Suasana Toko .....	27
5. Kualitas Produk .....	28
a. Pengertian Kualitas Produk .....	28
b. Faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk .....	29
c. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk .....	29
6. Kualitas Pelayanan .....	30
a. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	30
b. Pengukuran Kualitas Pelayanan .....	31
c. Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Jasa (Pelayanan) .....	32
d. Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan .....	32
7. Kepuasan Pelanggan .....	34
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	34
b. Manfaat Kualitas Pelanggan .....	35
c. Model Kepuasan Pelanggan .....	36
d. Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	37
e. Dimensi dan Indikator Kepuasan Pelanggan .....	38
B. Penelitian Terdahulu .....	39
C. Pengembangan Hipotesis .....	43
D. Kerangka Konseptual .....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	46
B. Desain Penelitian .....	46
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	46
1. Definisi Variabel .....	46
a. Variabel Independen .....	47

b. Variabel Dependen .....	48
2. Operasionalisasi Variabel .....	48
D. Skala Pengukuran Variabel .....	51
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	52
1. Populasi .....	52
2. Sampel .....	53
F. Metode Pengumpulan Data .....	54
G. Metode Analisis Data .....	55
1. Analisis Deskriptif .....	56
2. Analisis <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	56
a. Pengertian <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	56
b. Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	56
c. Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	58
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>61</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	61
B. Hasil Analisis Deskriptif .....	62
1. Deskripsi Responden .....	62
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Tahun Lahir .....	63
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ...	64
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	65
e. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan ..	65
2. Deskripsi Perilaku Pelanggan dalam Pembelian kopi .....	66
a. Deskripsi Perilaku Pelanggan Tingkat Pembelian Kopi .....	66
b. Deskripsi Perilaku Pelanggan dalam Membeli Kopi berdasarkan Jenis Produk .....	67
c. Deskripsi Perilaku Pelanggan dalam Membeli Kopi berdasarkan Waktu Kunjungan .....	68
d. Deskripsi Perilaku Pelanggan dalam Membeli Kopi berdasarkan Layanan yang digunakan .....	69

e.	Deskripsi Perilaku Pelanggan dalam Membeli Kopi berdasarkan Teman Penikmat Kopi .....	69
f.	Deskripsi Perilaku Pelanggan dalam Membeli Kopi berdasarkan Varian KOPI KULO .....	70
g.	Deskripsi Perilaku Pelanggan dalam Membeli Kopi berdasarkan Cabang KOPI KULO .....	71
h.	Deskripsi Perilaku Pelanggan dalam Membeli Kopi berdasarkan Generasi X, Y dan Z .....	72
3.	Deskripsi Variabel .....	73
a.	Deskripsi Variabel <i>Store Atmosphere</i> (SA) .....	73
b.	Deskripsi Variabel Kualitas Produk (PQ) .....	75
c.	Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (SQ) .....	76
d.	Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (CS) .....	77
C.	Hasil Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	78
1.	Evaluasi Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	79
a.	<i>Convergent Validity</i> .....	79
b.	<i>Discriminant Validity</i> .....	83
b.1	<i>Cross Loading</i> .....	83
b.2	<i>Fornell-Larcker Criterion</i> .....	85
b.3	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE) .....	86
c.	<i>Composite Reliability</i> .....	87
2.	Evaluasi Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	87
a.	Nilai <i>R-Square</i> .....	87
b.	Pengaruh $f^2$ .....	88
c.	<i>Predictive Relevance</i> $q^2$ .....	89
d.	Evaluasi Model .....	89
D.	Hasil dan Pembahasan .....	91
1.	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Kepuasan Pelanggan ...	92
2.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan .....	93
3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan ..	94

<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>96</b>
	a. Simpulan .....	96
	b. Saran .....	96
	1. Bagi Perusahaan .....	97
	2. Bagi Peneliti Selanjutnya .....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>100</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>105</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Grafik Pertumbuhan PDB Industri Pengolahan Nonmigas pada 2022	2
1.2	Grafik Pertumbuhan Kuartal I Tahun 2023 bidang Makanan dan Minuman	3
1.3	Grafik Pertumbuhan Tahunan bidang Makanan dan Minuman	4
1.4	Histogram Peningkatan Konsumsi Kopi Domestik di Indonesia pada Periode 2014 – 2019 menurut <i>ICO</i>	5
1.5	Histogram Konsumsi Kopi Nasional (2016 – 2021)	6
1.6	Histogram PDB Industri Makanan dan Minuman	8
1.7	<i>Top Brand Index</i> Kategori Kedai Kopi	11
1.8	Data Survey Kepuasan Pelanggan	13
1.9	Histogram Kepuasan Pelanggan Kedai KOPI KULO di Jakarta	13
1.10	Data Keluhan Pelanggan Kedai KOPI KULO di Jakarta	14
1.11	Hasil <i>Pra-Survey</i> Mengenai Kepuasan Pelanggan KOPI KULO	17
2.1	Penelitian Terdahulu	39
3.1	Operasional Variabel <i>Store Atmosphere</i>	48
3.2	Operasional Variabel Kualitas Produk	49
3.3	Operasional Variabel Kualitas Pelayanan	49
3.4	Operasional Variabel Kepuasan Pelanggan	50
3.5	Instrumen Skala <i>Likert</i>	52
3.6	Ringkasan Aturan Praktis Evaluasi Model Pengukuran	58
3.7	Ringkasan Aturan Praktis Evaluasi Model Struktural	60
4.1	Jenis Kelamin Responden	63
4.2	Tahun Lahir Responden	63
4.3	Pendidikan Terakhir Responden	64
4.4	Pekerjaan Responden	65
4.5	Pendapatan per Bulan Responden	66
4.6	Tingkat Pembelian	67
4.7	Jenis Produk KOPI KULO apa yang Biasanya Sering Anda Beli ?	67
4.8	Pada Waktu Kapan Anda Mengunjungi Kedai KOPI KULO ?	68
4.9	Layanan Apa yang Biasanya Anda Gunakan Ketika Berkunjung ke Kedai KOPI KULO ?	69

4.10	Jika <i>Dine in</i> , Biasanya Anda Menikmati KOPI KULO bersama siapa ?	70
4.11	Varian apa yang Biasanya Anda Beli ?	70
4.12	Kedai KOPI KULO Mana yang Biasanya Anda Kunjungi ?	71
4.13	Rekapitulasi Perilaku Pelanggan dalam Membeli Kopi berdasarkan Generasi	72
4.14	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Store Atmosphere (SA)</i>	73
4.15	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk ( <i>PQ</i> )	75
4.16	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan ( <i>SQ</i> )	76
4.17	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan ( <i>CS</i> )	77
4.18	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Sebelum Modifikasi)	79
4.19	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Sesudah Modifikasi)	81
4.20	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	83
4.21	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion)</i>	85
4.22	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (AVE)</i>	86
4.23	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i>	87
4.24	Nilai <i>R Square</i>	88
4.25	Hasil Uji Nilai F	88
4.26	Hasil Uji Nilai $q^2$	89
4.27	Hasil Pengujian Hipotesis	90

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Ulasan Pelanggan Kedai KOPI KULO di Jakarta	12
2.1	Kerangka Konseptual	44
4.1	Hasil Uji Algoritma PLS (Sebelum Modifikasi)	80
4.2	Hasil Uji Algoritma PLS (Sesudah Modifikasi)	82
4.3	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	90

