



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *SERVICE QUALITY*
DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *CUSTOMER*
LOYALTY DIMEDIASI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA
COFFEE SHOP EXCELSO**

SKRIPSI

ZAHRA FAHIRA 2110111109

**PROGRAM SARJANA S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAKARTA
2024**



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *SERVICE QUALITY*
DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *CUSTOMER*
LOYALTY DIMEDIASI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA
COFFEE SHOP EXCELSO**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

ZAHRA FAHIRA 2110111109

**PROGRAM SARJANA S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAKARTA**

2024

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Zahra Fahira

NIM : 2110111109

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 1 Oktober 2024

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow rectangular postage stamp. The stamp features a red Garuda emblem and the text 'KEMERDEKAAN TEMPEL' and '65K7ALX084793402'.

(Zahra Fahira)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK

KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zahra Fahira
Nim : 2110111109
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas Skripsi saya yang berjudul:

Pengaruh Brand Image, Service Quality, dan Store Atmosphere Terhadap Customer Loyalty Dimediasi Customer Satisfaction Pada Coffee Shop Excelso.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 5/12/2024

Yang Menyertakan,



Zahra Fahira

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *SERVICE QUALITY*, DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DIMEDIASI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA COFFEE SHOP EXCELSCO

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ZAHRA FAHIRA 2110111109

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 23 Desember 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Diana Triwardhani, SE, MM, Ph.D
Ketua Penguji



Drs. Nobelson, MM., CPM
Penguji I



Dr. Guntur Syahputra Saragih, MSM
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubadiah, S.E., M.M
Dekan



Siti Hidayati, S.E., M.M
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 23 Desember 2024

***The Influence of Brand Image, Service Quality, and Store Atmosphere on
Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction
at Excelso Coffee Shop***

By Zahra Fahira

Abstract

This study was conducted quantitatively with the aim of analyzing the influence of brand image, service quality, and store atmosphere directly and indirectly on customer loyalty. This study used 210 respondents from Excelso customers who are active/domiciled in South Jakarta with a minimum age of 18 years as primary data and secondary data from researchers obtained through various references relevant to the study. Data collection in this study used purposive sampling techniques and were analyzed using descriptive and inferential analysis techniques with the software used SmartPLS. This study shows the results that (1) brand image has a significant effect on customer loyalty, (2) Service quality has a significant effect on customer loyalty, (3) store atmosphere has a significant effect on customer loyalty, that (4) brand image has a significant effect on customer satisfaction, (5) Service quality has a significant effect on customer satisfaction, (6) Store atmosphere has a significant effect on customer satisfaction, (7) Customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty (8) Customer satisfaction significantly mediates brand image on customer loyalty Loyalty (9) Customer satisfaction significantly mediates service quality on customer loyalty, loyalty (10) Customer satisfaction significantly mediates store atmosphere on customer loyalty

Keywords: *Brand Image, Service Quality, Store Atmosphere, Customer Satisfaction, Consumer Loyalty, Excelso*

**Pengaruh *Brand Image*, *Service Quality*, dan *Store Atmosphere* Terhadap
Customer Loyalty Dimediasi *Customer Satisfaction* Pada *Coffee Shop* Excelso**

Oleh Zahra Fahira

Abstrak

Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dengan tujuan untuk melakukan analisis pengaruh dari *brand image*, *service quality*, dan *store atmosphere* secara langsung maupun tidak langsung pada *customer loyalty*. Penelitian ini menggunakan 210 responden dari pelanggan Excelso yang beraktivitas/berdomisili di Jakarta Selatan dengan usia minimal 18 tahun sebagai data primer dan data sekunder peneliti diperoleh melalui berbagai referensi yang relevan dengan penelitian. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif dan inferensial dengan *software* yang digunakan SmartPLS. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa (1) *brand image* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*, (2) *Service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*, (3) *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*, bahwa (4) *brand image* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*, (5) *Service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*, (6) *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*, (7) *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* (8) *customer satisfaction* secara signifikan memediasi *brand image* terhadap *customer loyalty* (9) *customer satisfaction* secara signifikan memediasi *service quality* terhadap *customer loyalty*, (10) *customer satisfaction* secara signifikan memediasi *store atmosphere* terhadap *customer loyalty*

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Suasana Toko, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Konsumen, Excelso

BERITA ACARA UJIAN



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025

Hari ini Senin , tanggal 23 Desember 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Zahra Fahira

No.Pokok Mahasiswa : 2110111109

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

PENGARUH BRAND IMAGE, SERVICE QUALITY, DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DIMEDIASI CUSTOMER SATISFACTION PADA COFFEE SHOP EXCELSO
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, SE, MM.,Ph.D	Ketua	1.
2	Drs. Nobelson, MM	Anggota I	2.
3	Dr. Guntur Syahputra Saragih, MSM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

- *) Coret yang tidak perlu
- **) Dosen Pembimbing

Jakarta, 23 Desember 2024
Mengesahkan
A. DEKAN
Kaprodik Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan berkah-Nya dalam kesempatan yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul **“Pengaruh *Brand Image, Service Quality, dan Store Atmosphere Terhadap Customer Loyalty Dimediasi Customer Satisfaction pada Coffee Shop Excelso*”**. Sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis, yaitu:

1. Bapak Dr. Antar Venus MA Comm., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
2. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak Dr. Guntur Syahputra Saragih M.S.M., selaku dosen pembimbing yang telah membantu serta meluangkan waktu dalam membimbing dan memberikan arahan serta ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Seluruh dosen serta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mendidik dan membantu penulis selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua, Bapak Chaerudin dan Ibu Nurhabibah, serta keluarga yang selalu menyertakan dukungan, doa, dan semangat kepada penulis.
7. Teman-teman terdekat penulis Alyssa, Nana, Andy dan Dea yang selalu memberikan bantuan, dukungan, dan motivasi dalam penyusunan
8. Terima kasih kepada diri sendiri yang telah kuat dan dapat menyelesaikan tanggung jawab proposal skripsi hingga selesai.

Penulis berharap dengan terselesaikannya proposal skripsi ini dapat menjadi ilmu yang dapat memberikan kontribusi pada bidang pemasaran, serta kerendahan hati, penulis menerima saran dan kritik untuk proposal skripsi ini.

Tangerang Selatan, 5 Desember 2024

Zahra Fahira

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
Abstrak	vii
BERITA ACARA UJIAN	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	14
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Manajemen Pemasaran	15
2.1.2 Perilaku Konsumen	16
2.1.3 <i>Customer Loyalty</i>	17
2.1.4 <i>Brand Image</i>	19
2.1.5 <i>Service Quality</i>	21
2.1.6 <i>Store Atmosphere</i>	22
2.1.7 <i>Customer Satisfaction</i>	24
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	27
2.3 Model Penelitian Empiris.....	38
2.3.1 Pengaruh <i>brand image</i> terhadap <i>customer loyalty</i>	39
2.3.2 Pengaruh <i>service quality</i> terhadap <i>customer loyalty</i>	39
2.3.3 Pengaruh <i>store atmosphere</i> terhadap <i>customer loyalty</i>	39
2.3.4 Pengaruh <i>brand image</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	39
2.3.5 Pengaruh <i>service quality</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	39
2.3.6 Pengaruh <i>store atmosphere</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	40
2.3.7 Pengaruh <i>customer satisfaction</i> terhadap <i>customer loyalty</i>	40
2.3.8 Pengaruh <i>customer satisfaction</i> dalam memediasi <i>brand image</i> terhadap <i>customer loyalty</i>	40
2.3.9 Pengaruh <i>customer satisfaction</i> dalam memediasi <i>service quality</i> terhadap <i>customer loyalty</i>	40
2.3.10 Pengaruh <i>customer satisfaction</i> dalam memediasi <i>store atmosphere</i> terhadap <i>customer loyalty</i>	40
2.4 Hipotesis.....	41
BAB 3 METODE PENELITIAN	42
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	42
3.1.1 Definisi Operasional	42

3.1.2	Pengukuran Variabel.....	43
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	44
3.2.1	Populasi	44
3.2.2	Sampel	44
3.3	Teknik Pengumpulan Data	45
3.3.1	Jenis Data.....	45
3.3.2	Sumber Data	46
3.3.3	Pengumpulan Data	46
3.4	Teknik Analisis Data	47
3.4.1	<i>Pre-test</i>	48
3.4.2	Teknik Analisis Data Deskriptif	48
3.4.3	Teknik Analisis Data Inferensial	50
3.4.4	Uji Hipotesis (<i>Resampling bootstrapping</i>)	55
3.4.5	Uji Mediasi <i>Variance Accounted For</i> (VAF)	58
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	59
4.2	Pre-Test	60
4.3	Deskripsi Data Penelitian	63
4.3.1	Deskripsi Data Responden.....	63
4.3.2	Analisis Data Deskriptif.....	65
4.4	Analisis Data Inferensial	79
4.4.1	Model Pengukuran (Outer Model)	79
4.4.2	Model Pengukuran (Inner Model)	86
4.4.3	Uji Hipotesis.....	88
4.4.4	Uji Mediasi <i>Variance Accounted For</i> (VAF).....	93
4.5	Pembahasan.....	95
4.5.1	Brand Image terhadap Customer Loyalty	95
4.5.2	Service Quality terhadap Customer Loyalty	97
4.5.3	Store Atmosphere terhadap Customer Loyalty.....	99
4.5.4	Brand Image terhadap Customer Satisfaction.....	101
4.5.5	Service Quality terhadap Customer Satisfaction	102
4.5.6	Store Atmosphere terhadap Customer Satisfaction.....	104
4.5.7	Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty	105
4.5.8	Pengaruh <i>customer satisfaction</i> dalam memediasi <i>brand image</i> terhadap <i>customer loyalty</i>	106
4.5.9	Pengaruh <i>customer satisfaction</i> dalam memediasi <i>service quality</i> terhadap <i>customer loyalty</i>	108
4.5.10	Pengaruh <i>customer satisfaction</i> dalam memediasi <i>store atmosphere</i> terhadap <i>customer loyalty</i>	109
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	110
5.1	Kesimpulan.....	110
5.2	Keterbatasan Penelitian	112
5.3	Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA		115

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Top Brand Award Kategori Retail Tahun 2022-2024	5
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya	34
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	43
Tabel 4. Bobot Penilaian Skala Likert	46
Tabel 5. Kisi-Kisi Pengukuran Variabel	46
Tabel 6. Bobot Penilaian Jawaban Kuesioner.....	49
Tabel 7. Interpretasi Nilai Indeks Responden	50
Tabel 8. Interpretasi Nilai R-Square	55
Tabel 9. Interpretasi Nilai Q-Square	55
Tabel 10. Hasil Content Validity	61
Tabel 11. Hasil Construct Validity.....	62
Tabel 12. Karakteristik Responden.....	63
Tabel 13. Analisis Data Deskriptif Variabel Customer Loyalty	66
Tabel 14. Analisis Data Deskriptif Domisili Variabel Customer Loyalty	67
Tabel 15. Analisis Data Deskriptif Jenis Kelamin Terhadap Variabel Brand Image	68
Tabel 16. Analisis Data Deskriptif Wilayah Terhadap Variabel Brand Image.....	69
Tabel 17. Analisis Data Deskriptif Terhadap Variabel Service Quality.....	71
Tabel 18. Analisis Data Deskriptif Domisili Terhadap Variabel Service Quality .	72
Tabel 19. Analisis Data Deskriptif Jenis Kelamin Variabel Store Atmosphere	74
Tabel 20. Analisis Data Deskriptif Domisili Variabel Store Atmosphere	75
Tabel 21. Analisis Data Deskriptif Terhadap Variabel Customer Satisfaction	77
Tabel 22. Analisis Data Deskriptif Domisili Variabel Customer Satisfaction.....	78
Tabel 23. Output Outer Loading Factor	80
Tabel 24. Hasil Output Average Variance Extracted (AVE).....	82
Tabel 25. Hasil Output Cross Loading Uji Validitas Diskriminan	82
Tabel 26. Kriteria Fornell-Lacker	84
Tabel 27. output uji reliabilitas	85
Tabel 28. Uji Koefisien Determinasi R-Square	86
Tabel 29. Hasil Q-Square	87
Tabel 30. Uji T Statistik	88
Tabel 31. Uji Korelasi Tiap Indikator	92
Tabel 32. Hasil Perhitungan VAF	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik GDP Industri F&B	1
Gambar 2. Grafik Jaringan Kopi di Indonesia.	2
Gambar 3. Jaringan Kedai Kopi.....	3
Gambar 4. Grafik Coffee Shop Indonesia.....	4
Gambar 5. Diagram Customer Loyalty Global.....	7
Gambar 6. Survei Loyalitas Pada Sektor Industri.....	7
Gambar 7. Survei Tingkat Loyalitas	8
Gambar 8. Model Penelitian	38
Gambar 9. Tahapan Analisis SEM-PLS.....	51
Gambar 10. Inner Model.....	51
Gambar 11. Outer Model	52
Gambar 12. Diagram Jalur	53
Gambar 13. Logo Excelso Coffee.....	59
Gambar 20. Analisis Deskriptif Customer Loyalty.....	66
Gambar 21. Analisis Deskriptif Brand Image.....	69
Gambar 23. Analisis Deskriptif Store Atmosphere.....	75
Gambar 24. Analisis Deskriptif Customer Satisfaction	77
Gambar 25. Outer Model	80
Gambar 26. Output Inner Model.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	122
Lampiran 2 Data Kuesioner.....	130
Lampiran 3 Hasil Deskripsi Data.....	160
Lampiran 4 Perhitungan Nilai Indeks.....	163
Lampiran 5 Perhitungan Nilai Deskriptif.....	168
Lampiran 6 Nilai T Tabel.....	173
Lampiran 7 Hasil Turnitin.....	174
Lampiran 8 Ulasan Excelso.....	175
Lampiran 9 Bukti Penyebaran.....	176