

**PENGARUH PROMOSI DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA COFFEEOMAH AGUS SALIM BEKASI
TIMUR**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

oleh

Rayyi Puspa Kuntari
NPM: 41183402180152



Strata I
Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM "45"
FAKULTAS EKONOMI
BEKASI
2023**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

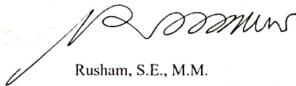
PENGARUH PROMOSI DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA COFFEEOMAH AGUS SALIM BEKASI TIMUR

Tanggal : 18 Januari 2023

Oleh

Rayyi Puspa Kuntari
NPM: 41183402180152

Disetujui,
Pembimbing



Rusham, S.E., M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen



Isti Puji Hastuti, S.E., M.E.



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA COFFEEOMAH AGUS SALIM BEKASI TIMUR

Tanggal : 25 Januari 2023

Oleh

Rayyi Puspa Kuntari
NPM: 41183402180152

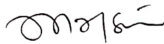
Diuji oleh,

Penguji I



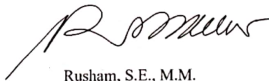
Isti Puji Hastuti, S.E., M.E.

Penguji II



Ria Marginingsih, S.E., M.B.A.

Mengetahui,
Pembimbing



Rusham, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi



Isti Puji Hastuti, S.E., M.E.

Ketua Jurusan Manajemen



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rayyi Puspa Kuntari

NPM : 41183402180152

Judul Skripsi/Penelitian : Pengaruh Promosi dan *Store Atmosphere* terhadap Loyalitas Konsumen pada Coffeomah Agus Salim Bekasi Timur.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi manapun, kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan sudah tertera di daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari skripsi ini dapat dibuktikan adanya unsur plagiarisme atau apapun yang terdapat penyimpangan dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan atau sanksi yang berlaku.

Demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sebagai pertanggungjawaban tanpa adanya pemaksaan dari pihak manapun.

Bekasi, 25 Januari 2023

Yang menyatakan



Rayyi Puspa Kuntari

ABSTRAK

Rayyi Puspa Kuntari (41183402180152)

Pengaruh Promosi dan *Store Atmosphere* terhadap Loyalitas Konsumen pada Coffeemah Agus Salim Bekasi Timur.

xiii + 129 Halaman + 23 Tabel + 3 Gambar + 22 Lampiran

Kata Kunci: Promosi, *Store Atmosphere*, Loyalitas Konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan *store atmosphere* terhadap loyalitas konsumen pada Coffeemah Agus Salim Bekasi Timur. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan data yang digunakan yaitu data primer. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan kuesioner melalui *google form*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang diambil dengan metode *purposive sampling*. Data analisis menggunakan analisis regresi linear berganda.

Dalam penelitian ini menunjukkan koefisien regresi (β_1) variabel promosi sebesar 0,297 dan (β_2) variabel *store atmosphere* sebesar 0,468. Hasil dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa promosi (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Coffeemah Agus Salim, dengan hasil t hitung sebesar 4,651 lebih besar dari t tabel 1,660 dengan tingkat signifikansi 0,000 kurang dari 0,05. Variabel *store atmosphere* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Coffeemah Agus Salim, dengan hasil t hitung sebesar 6,933 lebih besar dari t tabel 1,660 dengan tingkat signifikansi 0,000 kurang dari 0,05. Terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel bebas yaitu promosi dan *store atmosphere* terhadap loyalitas konsumen pada Coffeemah Agus Salim dengan nilai f hitung 126,45111 lebih besar dari f tabel 3,09 dengan tingkat signifikansi 0,000 kurang dari 0,5. Hasil koefisien determinasi menunjukkan adanya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dengan interpretasi koefisien adalah 0,850 dan nilai R square sebesar 0,723.

Daftar Pustaka : 38 (2010-2022)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohiim.

Assalamualaikum wr. wb.

Dengan memanjatkan syukur ke hadirat Allah SWT dan atas rahmat serta hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi dan *Store Atmosphere* terhadap Loyalitas Konsumen pada Coffeomah Agus Salim Bekasi Timur”.

Skripsi ini diajukan untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih atas segala bantuan bimbingan dan sara kepada:

1. Bapak Rusham, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan dalam proses pembuatan skripsi ini.
2. Ibu Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Ibu Isti Pujiastuti, S.E., M.E. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.
4. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi yang dengan sabar membimbing dan memberikan ilmunya selama perkuliahan.
5. Bapak Bagus Budiarto selaku pemilik Coffeomah Agus Salim beserta karyawan yang telah memberikan izin riset dan memberikan data untuk penulisan skripsi ini.
6. Kedua orang tua, Bapak dan Ibu serta mas Zikki Suryo Permadi, A.md yang selalu memberikan dorongan, motivasi, bantuan, dan doa sehingga penulis menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada NIM 18108032 Arief Nurfareza yang telah membantu, memberi motivasi agar skripsi ini selesai dengan baik. Kepada sahabat-sahabat tercinta

yang telah membantu, menemani, memberi doa dan semangat dalam penyusunan skripsi ini khususnya Qoriatun Apriani, Lidia Fadia, Vira Tania, Sri Mulyati, Adinda Miftakhurrohmah, Dinda Novita, Eka Nadya, Rizka Nurhanifah, Dona Fariscka, Ineke Salsadilah, sahabat seperbimbingan Kokom Komariah serta sahabat Diah Ayu Rizkia N, Della Valentina F .

Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca.

Wassalamualaikum wr.wb.

Bekasi, 19 Januari 2023

Penulis

Rayyi Puspa Kuntari

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	i
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
1.4 Ruang Lingkup atau Batasan Masalah	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Loyalitas Konsumen.....	14
2.1.1 Definisi Loyalitas Konsumen	14
2.1.2 Jenis-jenis Loyalitas Konsumen	15
2.1.3 Aspek Loyalitas Konsumen	16
2.1.4 Karakteristik Loyalitas Konsumen	17
2.1.5 Faktor-faktor yang Memengaruhi Loyalitas Konsumen.....	17
2.1.6 Indikator Loyalitas Konsumen.....	18
2.2 Promosi.....	19
2.2.1 Definisi Promosi.....	19
2.2.2 Tujuan Promosi.....	20
2.2.3 Manfaat Promosi.....	20
2.2.4 Sifat dan Jenis Promosi Penjualan	21
2.2.5 Bauran Promosi.....	22

2.2.6	Indikator Promosi.....	22
2.2.7	Hubungan Promosi dengan Loyalitas Konsumen.....	23
2.3	<i>Store Atmosphere</i>	24
2.3.1	Definisi <i>Store Atmosphere</i>	24
2.3.2	Cakupan Suasana Toko (<i>Store Atmosphere</i>).....	24
2.3.3	Elemen-elemen <i>Store Atmosphere</i>	25
2.3.4	Indikator <i>Store Atmosphere</i>	26
2.3.5	Hubungan <i>Store Atmosphere</i> dengan Loyalitas Konsumen.....	27
2.4	Penelitian Terdahulu	28
2.5	Kerangka Pemikiran.....	31
2.6	Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III	METODE PENELITIAN	36
3.1	Desain Penelitian.....	36
3.1.1	Metode Penelitian yang Digunakan	36
3.1.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	36
3.1.3	Populasi dan Sampel Penelitian	36
3.1.4	Jenis dan Sumber Data.....	38
3.1.5	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.2	Instrumen Penelitian.....	39
3.2.1	Deskripsi Variabel Penelitian	40
3.2.1.1	Variabel Promosi	40
3.2.1.2	Variabel <i>Store Atmosphere</i>	41
3.2.1.3	Variabel Loyalitas Konsumen.....	42
3.3	Teknik Analisis Data.....	43
3.3.1	Uji Kualitas Data.....	43
3.3.1.1	Uji Validitas	43
3.3.1.2	Uji Reliabilitas	44
3.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	44
3.3.2.1	Uji Normalitas.....	45
3.3.2.2	Uji Multikolinieritas.....	45
3.3.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	46

3.3.3	Uji Hipotesis	46
3.3.3.1	Uji t (Uji Parsial).....	46
3.3.3.2	Uji F (Uji Simultan).....	47
3.3.3.3	Analisis Regresi Linear Berganda	47
3.3.4	Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>).....	48
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1	Hasil Penelitian	49
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian Coffeomah.....	49
4.1.2	Visi dan Misi Coffeomah	49
4.2	Profil Responden.....	50
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
4.3	Deskripsi Kinerja Variabel.....	53
4.3.1	Deskripsi Kinerja Variabel Promosi (X1).....	53
4.3.2	Deskripsi Kinerja Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X2)	55
4.3.3	Deskripsi Kinerja Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	57
4.4	Hasil Uji Kualitas Data	59
4.4.1	Hasil Uji Validitas.....	59
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	60
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	61
4.5.1	Uji Normalitas.....	61
4.5.2	Uji Multikolinearitas.....	63
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas.....	64
4.6	Uji Hipotesis.....	66
4.6.1	Uji T (Uji Parsial)	66
4.6.2	Uji F (Anova).....	68
4.6.3	Uji Analisis Regresi Linear Berganda	69
4.7	Koefisien Determinasi (KD)	70
4.8	Pembahasan.....	73

4.8.1	Pengaruh Promosi (X1) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) pada Coffeomah Agus Salim.....	73
4.8.2	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> (X2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) pada Coffeomah Agus Salim.....	75
4.9	Kelemahan Penelitian.....	76
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		77
5.1	Simpulan.....	77
5.2	Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....		81

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pendapatan Coffeomah Agus Salim Bekasi Timur.....	2
Tabel 1. 2 Daftar Pesaing Cafe yang Berada Di Agus Salim Bekasi Timur	3
Tabel 1. 3 Data Keluhan Konsumen	5
Tabel 1. 4 Data Keluhan Konsumen Terkait Promosi Di Coffeomah	7
Tabel 1. 5 Data Keluhan Konsumen Terkait Store Atmosphere Di Coffeomah	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu (State of the art).....	28
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	40
Tabel 3. 2 Tafsiran Nilai Koefisien Korelasi (r)	48
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4. 4 Skor Hasil Jawaban Responden Promosi (X_1).....	53
Tabel 4. 5 Skor Jawaban Responden Store Atmosphere (X_2).....	55
Tabel 4. 6 Skor Jawaban Responden Loyalitas Konsumen (Y).....	57
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas	59
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reabilitas.....	61
Tabel 4. 9 Uji Kolmogorov Smirnov	63
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4. 11 Hasil Uji Glejser	66
Tabel 4. 12 Hasil Uji T (Uji Parsial).....	66
Tabel 4. 13 Hasil Uji F (Simultan).....	68
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4. 15 Uji Koefisien Determinasi	71
Tabel 4. 16 Rekapitulasi Statistik	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Pengaruh Promosi, Store Atmosphere terhadap Loyalitas Konsumen pada Coffeomah Agus Salim Bekasi Timur	33
Gambar 4. 1 P-p plot Uji Normalitas	62
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	84
Lampiran 2 Hasil Wawancara Owner Coffeomah.....	90
Lampiran 3 Daftar Pertanyaan Pra-penelitian.....	92
Lampiran 4 Hasil Wawancara Pra Penelitian	93
Lampiran 5 Ulasan Keluhan Konsumen pada Google.....	95
Lampiran 6 Rating Coffeeshop Wilayah Agus Salim pada Google	96
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	97
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas	100
Lampiran 9 Data Hasil Penelitian Variabel Promosi (X1)	103
Lampiran 10 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	112
Lampiran 11 Hasil Uji Hipotesis	114
Lampiran 12 Tabel Nilai untuk Distribusi R	116
Lampiran 13 Tabel Nilai untuk Distribusi F.....	117
Lampiran 14 Tabel Nilai untuk Distribusi T.....	120
Lampiran 15 Dokumentasi Suasana Toko Coffeomah.....	121
Lampiran 16 Surat ACC Judul Skripsi	122
Lampiran 17 Surat Balasan Penelitian Coffeomah.....	123
Lampiran 18 Surat Pernyataan Selesai Penelitian	124
Lampiran 19 Surat Keputusan Pembimbing.....	125
Lampiran 20 Kartu Seminar Proposal.....	126
Lampiran 21 Kartu Bimbingan Skripsi.....	128
Lampiran 22 Daftar Riwayat Hidup	129

ORIGINALITY REPORT

29%
SIMILARITY INDEX

28%
INTERNET SOURCES

16%
PUBLICATIONS

17%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	2%
2	repository.unismabekasi.ac.id Internet Source	1%
3	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	1%
4	eprints.undip.ac.id Internet Source	1%
5	repositori.usu.ac.id Internet Source	1%
6	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
7	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	1%
8	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
9	repository.usd.ac.id Internet Source	1%