

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING  
(STUDI PADA KONSUMEN TIMELESS COFFEE BAR)**

**SKRIPSI**



**OLEH:  
MUHAMMAD ANDRI BASKARA  
NPM. 19610127**

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



**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING  
(STUDI PADA KONSUMEN TIMELESS COFFEE BAR)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan  
Program Sarjana**

**MUHAMMAD ANDRI BASKARA  
19610127**

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

## ABSTRAK

Muhammad Andri Baskara. 2023. "Pengaruh *Word Of Mouth* dan *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Timeless Coffee Bar). Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) Suwanto, S.E., M.M. Pembimbing (II) Fitriani, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Untuk mengetahui apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Untuk mengetahui apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Untuk mengetahui apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Untuk mengetahui apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Untuk mengetahui apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Sampel penelitian ini adalah konsumen Timeless Coffee Bar sebanyak 97 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan analisis data menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Linearitas, Uji Homogenitas, dan Analisis Jalur. Menggunakan program pengolah data SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *word of mouth* berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan, *store atmosphere* berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan, *word of mouth* berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan, *store atmosphere* berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan, *word of mouth* berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, *store atmosphere* berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan

**Kata Kunci:** *word of mouth*, *store atmosphere*, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

## ABSTRACT

Muhammad Andri Baskara. 2023. *“The Effect of Word Of Mouth and Store Atmosphere on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable (Study on consumers of Timeless Coffee Bar) Undergraduate thesis for the management study program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Metro. Advisors (I) Suwanto, S.E., M.M. Advisor (II) Fitriani, S.E., M.M.*

*This research aims to find out whether word of mouth has an effect on customer satisfaction. To find out whether store atmosphere has an effect on customer satisfaction. To find out whether word of mouth has an effect on customer loyalty. To find out whether store atmosphere has an effect on customer loyalty. To find out whether customer satisfaction has an effect on customer loyalty. To find out whether word of mouth has an effect on customer loyalty through customer satisfaction. To find out whether store atmosphere has an effect on customer loyalty through customer satisfaction. The sample for this research was 97 Timeless Coffee Bar consumers. Data collection techniques use questionnaires, and data analysis uses Validity Test, Reliability Test, Normality Test, Linearity Test, Homogeneity Test, and Path Analysis. Using SPSS data processing program. The research results show that word of mouth has a direct effect on customer satisfaction, store atmosphere has a direct effect on customer satisfaction, word of mouth has a direct effect on customer loyalty, store atmosphere has a direct effect on customer loyalty, customer satisfaction has a direct effect on customer loyalty, word of mouth has an indirect effect on customer loyalty through customer satisfaction, store atmosphere has an indirect effect on customer loyalty through customer satisfaction.*

**Keywords:** *word of mouth, store atmosphere, customer satisfaction, customer loyalty*

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN TIMELESS COFFEE  
BAR)**

**MUHAMMAD ANDRI BASKARA  
NPM. 19610127**

Telah di setujui oleh :

**Dosen Pembimbing I**

  
**H. Suwanto, S.E., M.M.**  
**NIDN. 0210036801**

**Dosen Pembimbing II**

  
**Fitriani, S.E., M.M.**  
**NIDN. 0206068604**

**Ketua Program Studi**

  
**Nani Septiana, S.E., M.M.**  
**NIDN. 0223027901**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING  
(STUDI PADA KONSUMEN TIMELESS COFFEE BAR)**

**MUHAMMAD ANDRI BASKARA**

**NPM. 19610127**

Telah Diuji Dan Dinyatakan Lulus Pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 14 September 2023

Tempat Ujian : Ruang Sidang FEB UM Metro

Tim Penguji

**H. Suwanto, S.E., M.M.**  
**NIDN. 0210036801**



**Ketua Penguji**

**Fitriani, S.E., M.M.**  
**NIDN. 0206068604**



**Sekretaris**

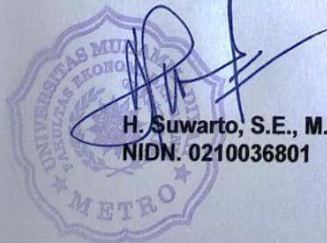
**Dr. Yateno, S.E., M.M.**  
**NIDN. 0225046502**



**Penguji Utama**

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

**H. Suwanto, S.E., M.M.**  
**NIDN. 0210036801**



## **MOTTO**

"Vi Veri Vniversum Vivus Vici"

(V)

"Hidup ini bagai skripsi, banyak bab dan revisi yang harus dilewati. Tapi akan selalu berakhir indah, bagi yang pantang menyerah."

(Alit Susanto)

"Karyamu akan menempati bagian tersendiri dalam hidupmu"



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat yang telah saya terima sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Saya persembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang memiliki peran penting dalam kehidupan saya yaitu:

1. Kedua orang tua, Bapak Ali Muddin dan Ibu Ratnaningsih yang selalu menyempatkan memberi doa, kasih sayang, perhatian, semangat, motivasi dan materi. Terima kasih atas semua yang diberikan, semoga dengan ini akan menjadi langkah awal untukku agar dapat menjadi anak yang berguna dan membanggakan keluarga.
2. Adik pertama Annisa Azzahra, adik kedua Shafira Nurhaliza, dan adik ketiga Muhammad Hafidz Haqiqi yang selalu memberikan dukungan
3. Semua pihak yang ikut serta mendukung dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini
4. Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Metro

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pengaruh *Word of mouth* dan *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Timeless Coffee Bar)", sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan, dan nasihat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus tulusnya kepada:

1. Dr. Nyoto Suseno, M.Si., Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, S.E., M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro, sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan proposal ini.
3. Nani Septiana, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Fitriani, S.E., M.M., selaku Pembimbing II dalam penyusunan proposal ini.
5. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penyusun menyadari bahwa di dalam skripsi ini masih banyak kekurangannya, untuk itu penyusun sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membantu untuk karya kedepan lebih baik

Penulis



**Muhammad Andri Baskara**  
**NPM. 19610127**

## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Andri Baskara

NPM : 19610127

Prodi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**PENGARUH WORD OF MOUTH DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN TIMELESS COFFEE BAR)**" adalah benar hasil karya tulis saya sendiri dan tidak merupakan plagiat karya orang lain, yang merupakan salah satu syarat dalam penyelesaian program S1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

Semua sumber data dan informasi yang saya gunakan dan saya peroleh dalam skripsi saya ini telah saya nyatakan dengan jelas dan benar apa adanya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar saya bersedia menerima sanksi yang telah ditetapkan oleh universitas.

Metro, September 2023

Yang membuat pernyataan



**Muhammad Andri Baskara**  
**NPM. 19610127**



UNIT PUBLIKASI ILMIAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
METRO

## SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 776/II.3.AU/F/UPI-UK/2023

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : MUHAMMAD ANDRI BASKARA  
NPM : 19610127  
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul:

PENGARUH WORD OF MOUTH DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN TIMELESS COFFEE BAR)

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase  $\leq 20\%$ . Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 26 September 2023  
Kepala Unit,

Dr. Eko Susanto, M.Pd., Kons.  
NIDN. 0213068302

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116  
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota Metro,  
Lampung, Indonesia

Website: [upi.ummetro.ac.id](http://upi.ummetro.ac.id)  
E-mail: [help.upi@ummetro.ac.id](mailto:help.upi@ummetro.ac.id)

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN LOGO .....	ii
HALAMAN JUDUL .....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
HALAMAN PERSETUJUAN .....	vi
HALAMAN PENGESAHAN .....	vii
MOTO .....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
PERNYTAAN TIDAK PLAGIAT .....	xi
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN( <i>SIMILARITY CHECK</i> ).....	xii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN 1</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	3
C. Rumusan Masalah .....	3
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Kegunaan Penelitian .....	4
F. Ruang Lingkup Penelitian.....	5
G.Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB IIPEMBAHASAN .....</b>	<b>7</b>
A. Kajian Literatur yang mendukung variabel terikat dan bebas .....	7
1. Manajemen Pemasaran.....	7
2. Word of mouth.....	7
3. Store atmosphere.....	10
4. Kepuasan Pelanggan.....	17
5. Loyalitas Pelanggan.....	20
B. Penelitian Relevan.....	22
C. Kerangka Pemikiran .....	25
D. Hipotesis Penelitian .....	26

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
A. Desain Penelitian .....	27
B. Objek dan Lokasi Penelitian .....	27
C. Metode Penelitian .....	27
D. Tahapan Penelitian .....	29
E. Teknik Pengumpulan Data.....	30
F. Teknik Analisis Data.....	32
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
A. Gambaran Umum.....	38
B. Hasil Penelitian .....	40
C. Pembahasan .....	65
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>70</b>
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran .....	70
<b>DAFTAR LITERATUR.....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>74</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Relevan .....	22
Tabel 2 Skala Likert .....	30
Tabel 3 Kisi Kisi Kuesioner .....	31
Tabel 4 Uji Reliabilitas Kuesioner <i>Word of mouth</i> .....	41
Tabel 5 Uji Reliabilitas Kuesioner Store Atmosphere .....	41
Tabel 6 Uji Reliabilitas Kuesioner Kepuasan Pelanggan .....	42
Tabel 7 Uji Reliabilitas Kuesioner Loyalitas Pelanggan .....	42
Tabel 8 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	43
Tabel 9 Karakteristik Responden Menurut Usia .....	43
Tabel 10 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan .....	44
Tabel 11 Distribusi Frekuensi Data <i>Word of mouth</i> .....	45
Tabel 12 Distribusi Frekuensi Data Store Atmosphere .....	46
Tabel 13 Distribusi Frekuensi Data Kepuasan Pelanggan .....	48
Tabel 14 Distribusi Frekuensi Data Loyalitas Pelanggan .....	49
Table 15 Hasil Pengujian Normalitas ( $\xi_1$ ) Terhadap ( $\eta_2$ ) .....	51
Tabel 16 Hasil Pengujian Normalitas ( $\xi_2$ ) Terhadap ( $\eta_2$ ) .....	52
Tabel 17 Hasil Pengujian Normalitas ( $\eta_1$ ) Terhadap ( $\eta_2$ ) .....	53
Tabel 18 Hasil Uji Linieritas ( $\xi_1$ ) Terhadap ( $\eta_2$ ) .....	54
Tabel 19 Hasil Uji Linieritas ( $\xi_2$ ) Terhadap ( $\eta_2$ ) .....	55
Tabel 20 Hasil Uji Linieritas ( $\eta_1$ ) Terhadap ( $\eta_2$ ) .....	55
Tabel 21 Hasil Uji Homogenitas .....	56
Tabel 22 Coefisients <i>Word of mouth</i> ( $\xi_1$ ) dan <i>Store Atmosphere</i> ( $\xi_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $\eta_1$ ) .....	57
Tabel 23 Model Sumarry Sub Struktural 1 .....	58
Tabel 24 Coefisients <i>Word of mouth</i> ( $\xi_1$ ) dan <i>Store Atmosphere</i> ( $\xi_2$ ) terhadap Loyalitas pelanggan ( $\eta_2$ ) .....	59
Tabel 25 Model Sumarry Sub Struktural 2 .....	60
Tabel 26 Hasil Coeficient $n_1$ dan $n_2$ .....	61
Tabel 27 Hasil Uji Hipotesis <i>Word of mouth</i> dengan Kepuasan Pelanggan .....	61
Tabel 28 Hasil Uji Hipotesis <i>Store Atmosphere</i> dengan Kepuasan Pelanggan ..	62
Tabel 29 Hasil Uji Hipotesis <i>Word of mouth</i> dengan Loyalitas Pelanggan .....	62

Tabel 30 Hasil Uji Hipotesis <i>Store Atmosphere</i> dengan Loyalitas Pelanggan ....	63
Tabel 31 Hasil Uji Hipotesis Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan	63
Tabel 32 Hasil Uji Hipotesis <i>Word of Mouth</i> dengan Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	64
Tabel 33 Hasil Uji Hipotesis <i>Store Atmosphere</i> dengan Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan .....	64
Tabel 34 Ringkasan Hasil Analisis Jalur .....	65



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Grafik Penjualan pada Timeless Coffee Bar .....	2
Gambar 2 Kerangka Pemikiran .....	26
Gambar 3 Struktur Organisasi Timeless Coffee Bar.....	39
Gambar 4 Histogram Deskripsi Data Variabel <i>Word of mouth</i> .....	45
Gambar 5 Histogram Deskripsi Data Variabel Store Atmosphere .....	47
Gambar 6 Histogram Deskripsi Data Variabel Kepuasan Pelanggan .....	48
Gambar 7 Histogram Deskripsi Data Variabel Loyalitas Pelanggan .....	50
Gambar 8 Diagram P Plot Variabel <i>Word of mouth</i> ( $\xi_1$ ) .....	51
Gambar 9 Diagram P Plot Variabel Store Atmosphere ( $\xi_2$ ) .....	52
Gambar 10 Diagram P Plot Variabel Kepuasan Pelanggan ( $\eta_1$ ) .....	53
Gambar 11 Sub Struktural 1 .....	58
Gambar 12 Sub Struktural 2 .....	60
Gambar 13 Diagram Model Struktural .....	61

## LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	75
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Penelitian.....	81
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	93
Lampiran 4 Uji Normalitas .....	100
Lampiran 5 Uji Linieritas .....	103
Lampiran 6 Uji Homogenitas .....	103
Lampiran 7 Analisis Jalur .....	104
Lampiran 8 R Tabel .....	105
Lampiran 9 T Tabel.....	110
Lampiran 10 F Tabel .....	11

