

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, *BRAND  
IMAGE*,  
DAN ATMOSFER TOKO TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN  
ZANGRANDI DI SURABAYA**



OLEH :

NOVIA

3103011084

**FAKULTAS BISNIS  
JURUSAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2015**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, *BRAND  
IMAGE*, DAN ATMOSFER TOKO TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN  
KONSUMEN ZANGRANDI DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH :

Novia

3103011084

**FAKULTAS BISNIS  
JURUSAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2015**

# HALAMAN PERSETUJUAN

## TUGAS AKHIR SKRIPSI

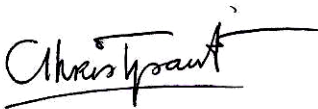
### PENGARUH KUALITAS LAYANAN, *BRAND IMAGE*, DAN ATMOSFER TOKO TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN ZANGRANDI DI SURABAYA

Oleh :

Novia

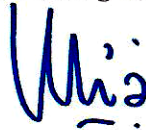
Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
Untuk diajukan Kepada Tim Penguji Sidang Akhir

Pembimbing I,



Dr. Chr. Esti Susanti, MM.,CPM(AP)  
Tanggal: 14/3/2015

Pembimbing II,



Maria Mia Kristanti, SE.,MM  
Tanggal: 16/3/2015

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Novia dengan NRP 3103011084. Telah diuji pada tanggal 14 April 2015 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Dr. Christina Esti Susanti, SE., MM., CPM (AP)

NIK. 311.89.0163

Mengetahui,

Wakil Dekan I,



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM., QWP

NIK. 311.89.0152

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyati, SE., M.Si

NIK. 311.99.0369

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novia

NRP : 3103011084

Judul Skripsi : Pengaruh kualitas layanan, *brand image*, dan atmosfer toko terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen Zangrandi di Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 20 April 2015

Yang Menyatakan,



(Novia)

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan yang maha pengasih atas segala berkat dan rahmat yang diberikan sehingga Tugas Akhir dapat berjalan dengan lancar. Tugas Akhir dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, *Brand Image*, dan Atmosfer Toko terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen Zangrandi di Surabaya” ini di ajukan sebaga syarat untuk menyelesaikan studi strata 1 Jurusan Manajemen Pemasaran Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Terselesaikan Tugas Akhir ini juga tak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Chr. Esti Susanti, MM.,CPM (AP) selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah menyediakan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam pembuatan Tugas Akhir.
2. Ibu Maria Mia Kristanti, SE., MM selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah menyediakan waktu memberikan bimbingan dan menuntun penulis dari awal sampai selesainya pembuatan Tugas Akhir.
3. Segenap dosen yang telah memberikan sumbangan pemikiran yang sangat berharga kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Kepada Mama tercinta dan keluarga yang telah memberikan bantuan, dukungan dan dorongan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir.
5. Suryani Chandra, Lea Juliana, Christiana, Christiani, Cynthia Anggreawan, Mega Sermbiring, Daniel Satya Putra, Erik

Sanjaya dan Terutama Erma Susanti yang menemani pada saat bimbingan dan selalu menemani di saat susah. Dan teman-teman yang memberikan dukungan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

6. Teman-teman Jurusan Manajemen angkatan 2011 yang telah bersama sama melewati masa studi di Perguruan Tinggi baik dalam suka maupun duka, semuanya akan menjadi kenangan indah dan berharga yang tak terlupakan.
7. Semua pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan satu demi satu, yang secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu terselesainya Tugas Akhir dan studi penulis di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang ada pada penulis Tugas Akhir ini karena itu penulis menerima segala saran dan kritik yang membangun agar penulisan Tugas Akhir ini menjadi sempurna. Akhir kata semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya,

Penulis

# DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penulisan.....	7
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	10
2.2.1 <i>Service Quality</i> .....	11
2.2.2 <i>Brand Image</i> .....	12
2.2.3 Atmosfer Toko.....	15
2.2.4 <i>Customer Satisfaction</i> .....	18
2.2.5 <i>Customer Loyalty</i> .....	20
2.3. Pengaruh Antar Variabel.....	22
2.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	22
2.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	23



2.3.3 Pengaruh Atmosfer Toko terhadap Kepuasan Konsumen.....	23
2.3.4 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap loyalitas Konsumen.....	24
2.3.5 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen.....	25
2.3.6 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen.....	26
2.3.7 Pengaruh Atmosfer Toko terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen.....	26
2.4. Hipotesis.....	26
2.5. Model Penelitian.....	27
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
3.1. Desain Penelitian.....	28
3.2. Identifikasi Variabel.....	28
3.3. Definisi Operasional variabel.....	28
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	30
3.5. Alat dan Metode Pengumpulan data.....	30
3.6. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel....	31
3.7. Alat dan Analisis Data.....	32
<b>BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
4.1. Karakteristik Responden.....	37
4.1.1 Jenis Kelamin.....	37
4.1.2 Usia.....	38
4.1.3 Pekerjaan.....	38
4.1.4 Frekuensi Kunjungan Responden dalam 1 tahun Terakhir.....	39

4.2 Statistik Deskripsi Variabel Penelitian.....	39
4.3 Evaluasi Data Penelitian.....	45
4.3.1 Uji Normalitas.....	45
4.3.2 Uji Validitas.....	48
4.3.3 Uji <i>Composite Reliability</i> .....	51
4.3.4 Uji Kecocokan Model.....	56
4.4 Persamaan Struktural.....	58
4.5 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	59
4.5.1 <i>Direct Effect</i> .....	59
4.5.2 <i>Indirect Effect</i> .....	60
4.6 Pembahasan.....	61
4.6.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	61
4.6.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	62
4.6.3 Pengaruh Atmosfer Toko terhadap Kepuasan Konsumen.....	63
4.6.4 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.....	64
4.6.5 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen.....	65
4.6.6 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen.....	66
4.6.7 Pengaruh Atmosfer Toko terhadap loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen.....	66

<b>BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	68
5.1 Simpulan.....	68
5.2 Saran.....	69
5.5.1 Saran Akademik.....	69
5.5.2 Saran Praktis.....	69
<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Uji Kecocokan Model.....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Responden(1 tahun terakhir).....	39
Tabel 4.5 Nilai Rata-rata dan Deviasi Standar Variabel kualitas layanan	40
Tabel 4.6 Nilai Rata-rata dan Deviasi Standar Variabel <i>Brand Image</i> .....	41
Tabel 4.7 Nilai Rata-rata dan Deviasi Standar Variabel atmosfer Toko....	42
Tabel 4.8 Nilai Rata-rata dan Deviasi Standar Variabel Kepuasan Konsumen.....	43
Tabel 4.9 Nilai Rata-rata dan Deviasi Standar Variabel Loyalitas Konsumen.....	44
Tabel 4.10 Pengujian <i>Univariate Normality</i> .....	46
Tabel 4.11 Pengujian <i>Multivariate Normality</i> .....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Variabel kualitas layanan .....	51
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i> .....	52
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas Variabel Atmosfer Toko.....	53
Tabel 4.16 Uji Reliabilitas Variabel kepuasan Konsumen.....	54
Tabel 4.17 Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen.....	55
Tabel 4.18 Uji Reliabilitas Konstruk.....	55
Tabel 4.19 Pengujian Model Penelitian.....	56
Tabel 4.20 Persamaan Struktural.....	58
Tabel 4.21 Pengujian Hipotesis <i>Direct Effect</i> .....	59
Tabel 4.22 Pengujian Hipotesis <i>Indirect effect</i> .....	60

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Penelitian.....	27

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Kuisisioner
- Lampiran 2 Karakteristik Responden Penelitian
- Lampiran 3 Statistik Descriptive
- Lampiran 4 Uji Normalitas
- Lampiran 5 Output SEM
- Lampiran 6 Path Diagram
- Lampiran 7 Data Kuisisioner Penelitian

# **PENGARUH KUALITAS LAYANAN, *BRAND IMAGE*, DAN ATMOSFER TOKO TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN ZANGRANDI DI SURABAYA**

## **ABSTRAKSI**

Surabaya semakin maju dengan banyaknya bisnis *Cafe* yang berada dimana-mana. Untuk bersaing di bisnis *Cafe* tersebut maka strategi pemasaran yang dilakukan adalah memberikan kepuasan, kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan, *Brand Image* dan Atmosfer Toko terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Sampel yang digunakan berjumlah 160 responden konsumen Zangrandi. Data dikumpulkan dengan menggunakan Kuisisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Model*). Hasil analisis menyimpulkan bahwa Kualitas Layanan, *Brand Image* dan Atmosfer Toko memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen dan Kepuasan Konsumen Zangrandi di Surabaya.

**Kata Kunci : SEM, Kualitas Layanan, *Brand Image*, Atmosfer Toko, Loyalitas Konsumen, Kepuasan Konsumen**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, *BRAND IMAGE*, DAN  
ATMOSFER TOKO TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN ZANGRANDI DI  
SURABAYA**

***ABSTRACT***

Surabaya getting advanced with many businesses Cafe which is everywhere. To compete in the Cafe business then marketing strategy used is to give satisfaction, needs and desires of consumers. The primary purpose of this study was to determine the influence of Service Quality, Brand Image and atmosphere Store for Consumer Loyalty Through Customer Satisfaction.

The sampling technique used in this research is purposive sampling. The sample was 160 respondent Zangrandi consumers. Data was collected using a questionnaire. The analysis technique used is SEM (Structural Equation Model). The results of the analysis concluded that the Quality of Service, Brand Image and Atmosphere stores have positive influence on the consumer loyalty and customer satisfaction Zangrandi in Surabaya.

**Keywords: *SEM, Service Quality, Brand Image, atmosphere Stores, Consumer Loyalty, Customer Satisfaction***