

202110160311672
Hilda Auliya Sahra
Prodi Manajemen

**PENGARUH HARGA, *STORE ATMOSPHERE* DAN
CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA KAFE COZY CORNER MALANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Disusun Oleh :

Hilda Auliya Sahra

202110160311672

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, *STORE ATMOSPHERE* DAN
CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA KAFE COZY CORNER MALANG**

Oleh :

**Hilda Auliya Sahra
202110160311672**

Malang , Januari 2026

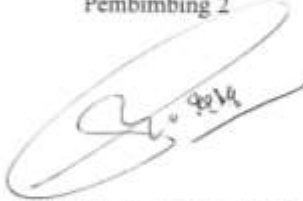
Telah disetujui oleh :

Pembimbing 1



Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.

Pembimbing 2



Ardik Praharjo, S.AB., M.AB.

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, STORE ATMOSPHERE, DAN CUSTOMER EXPERIENCE
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KAFE COZY CORNER MALANG**

Oleh :


**Hilda Auliya Sahra
202110160311672**

Diterima dan disetujui
pada tanggal 21 Januari 2026


Pembimbing I,


Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.

Pembimbing II,


Ardik Praharjo, S.AB., M.AB.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,


M. Sri Wahyudi S., S.E., M.E., Ph.D.

Ketua Program Studi,


Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, STORE ATMOSPHERE, DAN CUSTOMER EXPERIENCE
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KAFE COZY CORNER MALANG**

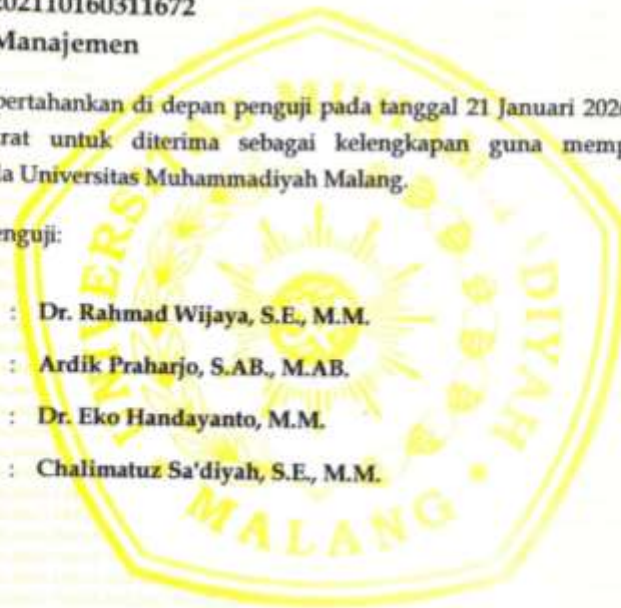
Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Hilda Auliya Sahra
NIM : 202110160311672
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 21 Januari 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.
Pembimbing II : Ardik Praharjo, S.AB., M.AB.
Penguji I : Dr. Eko Handayanto, M.M.
Penguji II : Chalimatuz Sa'diyah, S.E., M.M.



1
2
3
4

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



M. Sri Wahyudi S., S.E., M.E., Ph.D.

Ketua Program Studi,

Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yng bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Hilda Auliya Sahra
NIM : 202110160311672
Program Studi : Manajemen
E-mail : hildaauliya004@gmail.com

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik Sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan / sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Malang, Januari 2026

Yang Membuat Pernyataan,



Hilda Auliya Sahra

**PENGARUH HARGA, *STORE ATMOSPHERE* DAN
CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA KAFE COZY CORNER MALANG**

Hilda Auliya Sahra¹, Rahmad Wijaya², Ardik Praharjo³

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Muhammadiyah Malang

E-mail: hildaauliya004@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, *store atmosphere*, dan *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan pada Kafe Cozy Corner Malang. Penelitian ini menggunakan metode verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 126 responden yang telah mengunjungi Kafe Cozy Corner Malang, yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda yang diolah dengan perangkat lunak SPSS 26 untuk menguji pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Harga, *Store Atmosphere*, *Customer Experience*, Loyalitas Pelanggan, Kafe

THE EFFECT OF PRICE, STORE ATMOSPHERE AND CUSTOMERS AT COZY CORNER CAFE MALANG

Hilda Auliya Sahra¹, Rahmad Wijaya², Ardik Praharjo³

Management Study Program Faculty Of Economic and Business,

University of Muhammadiyah Malang

E-mail: hildaauliya004@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of price, store atmosphere, and customer experience on customer loyalty at Cozy Corner Café Malang. This research uses a verification method with a quantitative approach. Data were collected through questionnaires distributed to 126 respondents who had visited Cozy Corner Café Malang, selected using purposive sampling techniques. Data analysis was conducted using multiple linear regression processed with SPSS 26 software to examine the partial effects of each independent variable on customer loyalty. The results of the study show that price has a positive and significant influence on customer loyalty, store atmosphere has a positive and significant influence on customer loyalty, and customer experience has a positive and significant influence on customer loyalty.

Keywords: *Price, Store Atmosphere, Customer Experience, Customer Loyalty, Café*

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-nya. Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. Penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, *Store Atmosphere*, Dan *Customer Experience* Pada Kafe Cozy Corner Malang”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini masih terdapat berbagai keterbatasan dan kekurangan. Namun berkat dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak, khususnya para dosen pembimbing, kendala tersebut dapat diminimalisir. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. M. Sri Wahyudi S, S.E., M.E., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu serta dengan penuh kesabaran memberikan pengarahan dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ardik Praharjo, S.AB., M.AB., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan dukungan, motivasi, serta saran konstruktif yang membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen serta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, dan dukungan dalam berbagai proses akademik dan administrasi selama masa studi saya.
7. Kedua orang tua saya, ayah tercinta Suparno, S.Pd. dan ibu tersayang Titin Sumartini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya telah senantiasa mengupayakan yang terbaik bagi anak semata

wayangnya. Dukungan tanpa batas, doa yang tidak pernah terputus, kesabaran, serta pengorbanan yang diberikan menjadi sumber kekuatan utama bagi penulis untuk tetap menjalani proses dengan keteguhan.

8. Sahabat saya Indah Nurcahya, Ailsa Deva, Siti Maulidah, dan Wellyana Nidar, serta teman-teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih telah setia mendampingi penulis pada masa-masa sulit dan memberikan dukungan tanpa henti.
9. Seseorang yang kehadirannya tak kalah penting, Muhammad Fikrusy Syuhada, penulis ucapkan terimakasih atas dukungan penuh, motivasi, serta pendampingan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Terakhir, untuk diri saya sendiri, Hilda Auliya Sahra. Terimakasih atas segala upaya untuk tidak menyerah, seberat dan sesulit apa pun proses yang dijalani dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik dan semaksimal mungkin. Saya bersyukur telah mampu meneguhkan keyakinan untuk terus melangkah hingga mencapai tahap ini, yang merupakan sebuah pencapaian yang patut diapresiasi.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, disertai doa semoga tuhan yang maha esa senantiasa melimpahkan rahmat dan ridho-nya kepada kita semua. Meskipun karya ini masih memiliki keterbatasan, penulis berharap dapat bermanfaat serta terbuka terhadap saran yang membangun.

Terimakasih.

Malang, Januari 2026
Peneliti,

Hilda Auliya Sahra

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Batasan Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori	19
2.3 Loyalitas Pelanggan	22
2.4 Harga	25
2.5 <i>Store Atmosphere</i>	27
2.6 <i>Customer Experience</i>	28
2.7 Kerangka Pikir.....	29
2.8 Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Lokasi atau Objek Penelitian.....	33
3.2 Jenis Penelitian	33
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.4 Definisi Operasional Variabel	35

3.5 Jenis dan Sumber Data	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data	37
3.7 Uji Instrumen Penelitian.....	37
3.8 Uji Asumsi Klasik	39
3.9 Alat Analisis Data.....	40
3.10 Uji Hipotesis.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Kafe Cozy Corner.....	43
4.2 Definisi Karakteristik Responden	44
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	46
4.5 Hasil Rentang Skala	48
4.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	53
4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	54
4.8 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	55
4.8 Pembahasan.....	56
BAB V PENUTUP.....	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	69
SERTIFIKAT PLAGIASI	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 2 Karakteristik Sampel.....	34
Tabel 3 Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 4 Skala Likert.....	36
Tabel 5 Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas.....	39
Tabel 7 Rentang Skala.....	41
Tabel 8 Definisi Karakteristik Responden.....	44
Tabel 9 Hasil Uji Multikolinieritas.....	47
Tabel 10 Hasil Rentang Skala Variabel Loyalitas Pelanggan.....	48
Tabel 11 Hasil Rentang Skala Variabel Harga.....	49
Tabel 12 Hasil Rentang Skala Variabel <i>Store Atmosphere</i>	50
Tabel 13 Hasil Rentang Skala Variabel <i>Customer Experience</i>	52
Tabel 14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
Tabel 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	54
Tabel 16 Hasil Uji t.....	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model <i>Oliver's Loyalty Theory</i>	20
Gambar 2 Kerangka Pikir.....	30
Gambar 3 Uji Normalitas.....	46
Gambar 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesoner Penelitian.....	69
Lampiran 2 Hasil Kuesoner	72
Lampiran 3 Distribusi Jawaban Responden.....	83
Lampiran 4 Output Uji Validitas	85
Lampiran 5 Output Uji Reliabilitas.....	86
Lampiran 6 Output Uji Asumsi Klasik.....	87
Lampiran 7 Output Analisis Linier Berganda	88
Lampiran 8 Output Uji Determinasi (R^2).....	88
Lampiran 9 Output Uji t.....	88



DAFTAR PUSTAKA

1. Hartono R, Purba T. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Sugar Café Batam. *Jesya*. 2022;5(2):1139–47.
2. Basoni S. Detik Food. 2026 [dikutip 22 Januari 2024]. Wow! Indonesia Resmi Jadi Negara dengan Kedai Kopi Terbanyak. Tersedia pada: <https://food.detik.com/info-kuliner/d-8301877/wow-indonesia-resmi-jadi-negara-dengan-kedai-kopi-terbanyak>
3. Widiawati, Idrus II, Mario. Perilaku Nongkrong Anak Muda Di Cafe (Studi Pada Pelanggan Coffe Shop Kedai Rakyat Di Watampone). *Jurnal Predestination*. 2023;5(1):84–93.
4. Cintya, EB. Prastiwi E. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Instagramable, Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Bobon Café Kertosono). *Neraca Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. 2025;3 (4):304–17.
5. Rafli M, Karsiningsih E, Purwasih R. Pengaruh Café Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Generasi Z Coffee Shop Di Pangkalpinang. *Agroteksos*. 2025;35(April):361–73.
6. POI. PoiData.io. 2025 [dikutip 25 Januari 2026]. List of Coffee stands in Indonesia. Tersedia pada: https://www.poidata.io/report/coffee-stand/indonesia?utm_source
7. Mahmudan. Jawa Pos Radar Malang. 2024 [dikutip 7 Oktober 2025]. Bisnis Kafe-Restoran di Malang Tumbuh 20 Persen. Tersedia pada: <https://radarmalang.jawapos.com/kota-malang/813710405/bisnis-kafe-restoran-di-malang-tumbuh-20-persen>
8. Nuraini A, Samadi. Budaya minum kopi bagi kalangan Gen Z terhadap pola sebaran coffee shop di Kelurahan Ceger, Jakarta Timur. 2023;2–5.
9. Chandra MW, Fadja NS. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Konsumsi Kopi Di Malang Tahun 2022 (Studi Kasus: Jl. Ikan Tombro -Kota Malang). *Journal of Development Economic and Social Studies*. 2023;2(1):87–98.
10. Maharani AH, Martin, Hidayath AN. Trend Coffee Shop Pada Konsumen Remaja Berperilaku FOMO Di Kelurahan Pulo Gebang. *Jurnal Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*. 2024;2(3):77–96.

11. Auria TR, Dwijayanti RI, Marta RF, Rajagukguk S, Saliman T. Fenomena Fomo Coffee Shop Sebagai Gaya Hidup Di Kalangan Remaja Pengunjung Kurasu Coffee. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 2025;14(1).
12. Wibowo W, Ayuningtyas F. Generasi Z Sebagai Konsumen Masa Depan: Karakteristik, Preferensi, Dan Tantangan Baru. *Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi*. 2023;1–11.
13. Wijaya F, Tjokrosaputro M. Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Customer Loyalty Pada Kafe Di Batam : Customer Satisfaction Sebagai Mediasi. 2024.
14. Setiyawan RA, Kusuma KA. Dampak Harga, Lokasi, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan. *Frontiers in Research Journal*. 2024;1(1):12–23.
15. Octavianus RJN, Karina Y. Analisis Potensi Kebangkrutan Kafe Dan Resto Di Kota Malang Dengan Menggunakan Metode ZMIJEWSKI. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*. 2016;12(1):35–43.
16. Rachmatunnisa D, Deliana Y. Segmentasi Konsumen Coffee Shop Generasi Z Di Jatinangor. *Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. 2019;6(1):90–100.
17. Widya Y, Samuel H. Analisa Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Dimoderasi Oleh Media Sosial Pada De Mendailing Cafe Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*. 2018;5(2):1–8.
18. Pane N, Andy A. Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Kafe Kopi Ogut Tangerang. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*. 2024;2(3):137–46.
19. Chrisyana N, Rahman A, Pradiani T. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Aka Coffee Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*. 2023;4(2):1–14.
20. Ariningtyas E. RIA. Menguji Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Wedangan Jimboeng. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan*. 2020;Vol 7.
21. Hudal MA, Adinata YF, Suryani A. Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cafe Notiz Hut Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*. 2022;5(1):12–20.
22. Musari F, Hardilawati W, Akhmad I. Pengaruh Customer Experience, Nilai, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Point

- Coffee di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*. 2023;2(1):347–56.
23. Putri A. Dampak Kualitas Layanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Cafe Kattapa Jember. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur*. 2025;4(2):201–15.
 24. Lawrance N, Suardana I, Asdiansyuri U. Pengaruh Lokasi, Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi pada Kopi Living Mataram. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*. 2022;1(3):132–40.
 25. Nuryanto FSS, Darpito SH. Faktor penentu loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Maranatha*. 2024;23(2):185–200.
 26. Adawiyah R, Wicaksono H, Chairani A, Johani P. Kualitas Produk dan Harga Berpengaruh Terhadap Loyalitas Melalui Kepercayaan Pelanggan di Rumah Makan 2 Tak Ampera Cabang Veteran. *Jurnal Pariwisata STP Trisakti*. 2025;30(2):164–78.
 27. Bulan, T., Sriwulan T. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Mitana Café Di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*. 2021;5(1):11–20.
 28. Purnama, N.I. Harahap, S.H. Siregar DS. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Konsumen Ompu Gende Coffee. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*. 2022;1 (1).
 29. Munandar A, Erdkhadifa R. Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Pelayanan, Media Sosial, Store Atmosphere, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Warkop Kidol Lepen Tulungagung. *Journal of Sharia Management*. 2023;2(1).
 30. Yuani iftida rani, Masreviastuti. Pengaruh Store Atmosphere Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Pada Warung Lesehan Yogyakarta Di 2017;149–52. Tersedia pada: <https://eprints.umm.ac.id/37975/>
 31. Fitriyah Z, Rohman NA. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere terhadap Loyalitas Pelanggan pada Coffee Shop Pit-Stop Kopi KIG Gresik. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*. 2024;7(9).
 32. Fa'ilah, A., Lasiyono, U., Aripriabowo T. Pengaruh Citra Perusahaan, Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Cafe Pandawa99 Gresik. *Journal of Sustainability Business Research*. 2021;Vol 2 (2).

33. Seherman. Meutia, R. Indah DR. Pengaruh Harga, Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan Kafe Kanasha Bistro di Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajerial Terapan (JMT)*. 2022;1(2).
34. Helin. Fadli M. Pengaruh Social Media Marketing dan Customer Experience terhadap Customer Loyalty pada Kedai Kopi Yong Bengkalis Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*. 2025;18(1):300–14.
35. Febrian D, Simanjuntak M, Hasanah N. The Effect of Benefits Offered and Customer Experience on Re-use Intention of Mobile Banking through Customer Satisfaction and Trust. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. 2021;25(3):551–69.
36. Sahir, S., Hasibuan, A., Aisyah S. *Gagasan Manajemen*. Alex Rikki. Yayasan Kita Menulis. 2020. 149 hlm.
37. Al Amrie SMAZ, Jatmiko RD, Handayanto E. The Influence of Product Attributes and Customer Experience on Customer Loyalty. *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan)*. 2021;1(4):256–66.
38. Nurmartiani E. The Influence of Product Attributes, Price, and Image on Customer Loyalty. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. 1 Juli 2025;13(4):2449–58.
39. Novitasari M, Purwanto S. The Influence of Service Quality, Store Atmosphere, and Experiential Marketing on Customer Loyalty at Famicafé Tenggilis Surabaya. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*. 1 Oktober 2024;7(3):7004–13.
40. Tanudjaja A, Sugiyanto L. The Influence of Customer Experience and Brand Awareness on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction (Empirical Study: Yoshinoya Restaurant Customers in DKI Jakarta). *Journal Research of Social Science, Economics, and Management*. 2023;3(02):323–32.
41. Takwim, R.L Asmala, T. Johan A. Pengaruh kualitas layanan dan store atmosphere terhadap customer loyalty. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*. 2022;4 (12).
42. Brahmantara, D., Santoso, B., Tyas WM. Pengaruh Digital Marketing, Customer Experience, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Prospero Pool and Cafe. *Jurnal Pemasaran Bisnis*. 2024;6(4):162–73.
43. Yudi U, Wasino. Pengaruh Customer Relationship Management, Pengalaman Pelanggan dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas

- Pelanggan di Starbucks Kelapa Gading. *Panorama Nusantara*. 2023;18(1):1–14.
44. Maulidio R, Dwiastanti A. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Amstirdam Coffee Di Malang. *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*. 2022;19(1):2022.
 45. Ariningtyas E, Rachmawati IAK. Menguji Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Wedangan Jimboeng. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan*. 2020;7 (1):115–23.
 46. Oliver RL. Whence Costumer Loyalty? *Jurnal of Marketing*. 1999;63 (4):33–44.
 47. Sondakh NN, Tumbuan WJFA, Poluan JG. Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Atmosfer Cafe Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Jangkar Coffee And Eatery Kota Tomohon. *Jurnal EMBA*. 2025;13(04):426–39.
 48. Hasan A. Analisis persepsi harga, suasana cafe dan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada zero cafe makassar. *jurnal ilmiah manajemen EMOR*. 2021;4(2).
 49. Afriana, E.A. Sulistyawati L. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ludic Café (Studi Pada Pelanggan Ludic Café Kendangsari, Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. 2023;4(2):1614–27.
 50. Asman MS, Desy SE. Pengaruh Suasana Café, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Makanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi pada Goodfella Café Tanjung Morawa. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*. 2024;4(1):89–102.
 51. Nasaru ZDMZ. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Cafe Angkringan Ropita. *Journal of Innovation Research and Knowledge*. 2024;4(7):1–23.
 52. Astero DD. Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan Dan Keberagaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pelanggan Kafe Kopi Tm 100 Kabupaten Batu Bara). *Jurnal Ilmiah Edumonika*. 2023;07(02):1–10.

53. Syafiudin A, Rizal M, Athia I. Pengaruh Cita Rasa, Suasana Cafe, Lokasi, Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan. e – Jurnal Riset Manajemen. 2024;13(01):830–40.
54. Saputri, V.Y. Arifin, R. Mustapita AF. Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Cafe Litchi Di Malang). Jurnal Riset Manajemen. 2023;12(01):510–8.
55. Hidayah A, Zaini A. Pengaruh pengalaman pelanggan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan. Jurnal Administrasi dan Bisnis. 2024;25–37.
56. Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Vol. 16, ALFABETA. Bandung; 2023. 469 hlm.
57. Ghozali I. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 26. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2018. 506 hlm.



SERTIFIKAT PLAGIASI



Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 13/2/2026

Kode : 2878145673
Nama : Hilda Auliya Sahra
NIM : 202110160311672
Prodi : Manajemen
Judul Penelitian : Pengaruh Harga, Store Atmosphere, dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kafe Cozy Corner Malang
Persentase Plagiasi : 6%
Keterangan : **LULUS**

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M

