

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Pada Konsumen De Terazz Corner Singosari Kabupaten Malang)**

SKRIPSI



Oleh:

**MUH. ROBITHUL ATHIYAB
(201910160311454)**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2024**

SKRIPSI

**PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN STORE ATMOSPHERE
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada Konsumen De Terraz Corner Singosari Kabupaten Malang)**

Oleh :

Muh. Robithul Athiyab

201910160311454

Diterima dan disetujui
pada tanggal 25 Mei 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

Widhiyo Sudiyono, S.T., M.AB.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH COSTOMER EKSPERIENCE DAN STORE ATHMOSPHERE
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada Konsumen De Terraz Corner Singosari Kabupaten Malang)**

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Muh. Robithul Athiyab

NIM : 201910160311454

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 25 mei 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Prof. Dr. Widayat, M.M.

Penguji II : Eka Kadharpa Utama Dewayani, S.E., M.M.

Penguji III : Widhiyo Sudiyono, S.T., M.AB.

Penguji IV : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

1.

2.

3.

4.

PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Muh. Robithul Athiyab

NIM : 201910160311454

Program Studi : Manajemen

Email : robitobit999@gmail.com

Dengan ini 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 merupakan 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 yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, Mei 2024

Yang membuat Pernyataan


Muh. Robithul Athiyab

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Kasus Pada Konsumen De Terazz Corner Singosari Kabupaten
Malang)**

Muh. Robithul Athiyab, Sri Nastiti Andharini, Widhiyo Sudiyono

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Email: robitobit999@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas konsumen, pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas konsumen, pengaruh *customer experience* terhadap kepuasan konsumen, pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen, pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen, pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen dan pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen. Jenis Penelitian ini adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan populasi adalah pelanggan De Terazz Corner Singosari Kabupaten Malang dengan jumlah sampel sebanyak 100 sampel. Teknik analisis data menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian (1) terdapat pengaruh signifikan antara *customer experience* terhadap loyalitas konsumen (2) adanya pengaruh signifikan antara *store atmosphere* terhadap loyalitas konsumen (3) adanya pengaruh signifikan antara *customer experience* terhadap kepuasan konsumen (4) terdapat pengaruh signifikan antara *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen (5) adanya pengaruh signifikan antara kepuasan terhadap loyalitas konsumen (6) kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh antara *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan dan (7) kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh antara *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *Customer Experience*, *Store Atmosphere*, **Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen**

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Kasus Pada Konsumen De Terazz Corner Singosari Kabupaten
Malang)**

Muh. Robithul Athiyab, Sri Nastiti Andharini, Widhiyo Sudiyono

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Email: robitobit999@gmail.com

Abstract

The purpose of this research is to test and analyze the influence of customer experience on consumer loyalty, the influence of store atmosphere on consumer loyalty, the influence of customer experience on consumer satisfaction, the influence of store atmosphere on consumer satisfaction, the influence of satisfaction on consumer loyalty, the influence of customer experience on loyalty through consumer satisfaction and the influence of store atmosphere on loyalty through consumer satisfaction. This type of research is explanatory research with the population being De Terazz Corner Singosari Malang Regency customers with a sample size of 100 samples. The data analysis technique uses path analysis. Research results (1) there is a significant influence between customer experience on consumer loyalty (2) there is a significant influence between store atmosphere on consumer loyalty (3) there is a significant influence between customer experience on consumer satisfaction (4) there is a significant influence between store atmosphere on consumer satisfaction (5) there is a significant influence between satisfaction and consumer loyalty (6) customer satisfaction is able to mediate the influence of customer experience on customer loyalty and (7) customer satisfaction is able to mediate the influence of store atmosphere on customer loyalty.

Keywords: Customer Experience, Store Atmosphere, Consumer Satisfaction and Consumer Loyalty

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim,

Assalamualaikum Wr Wb.

Puji syukur yang teramat dalam saya haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT atas nikmat iman, islam, ihsan sehingga masih diberikan hidayat dan taufiq-Nya sehingga masih diberikan kesehatan dan umur yang panjang, dengan ucapan syukur Alhamdulillah rabbil'alamiin. Dengan segala kekuasaan dan kekuatan yang diberikan-Nya, sehingga mampu diselesaikannya Skripsi dengan judul **“Pengaruh Customer Experience dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Konsumen De Terraz Corner Singosari Kabupaten Malang)”** pada waktu yang telah direncanakan.

Ucapan *Allahumma sholli ala Sayyidina Muhammad wa ala Ali Sayyidina Muhammad*, saya haturkan keharibaan junjungan kita, kekasih kita, idola kita, sang pemimpin sejati yang membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman terang benderang, dari zaman jahiliah menuju zaman Quraniyah, dialah Nabi Besar Muhammad SAW. Semoga kita termasuk umatnya yang mendapatkan syafaat dan berjumpa dengan Rasulullah di Yaumul Akhir, aamiin.

Selama proses penyusunan skripsi ini, saya menyadari banyak keterbatasan dari saya sendiri, terbatasnya wawasan dan ilmu dan kemampuan dalam berbagai hal. Namun dengan niat, usaha, doá dan ikhtiar serta banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya, sehingga saya mampu melewati semuanya hingga terselesaikannya skripsi ini sebagai tugas akhir mahasiswa. Sebagai ungkapan syukur dan kerendahan hati yang dalam, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih dan rasa hormat kepada :

1. Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE.,M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.

2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah, MM., selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Sri Nastiti Andharini, Dra., MM. selaku dosen pendamping I yang penuh dengan kesabaran dalam memberikan arahan dan petunjuk yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini. Saya bersyukur bisa mendapatkan dosen pendamping sebaik beliau.
5. Widhiyo Sudiyono, ST., M.BA. selaku dosen pendamping II yang telah sudi meluangkan waktunya untuk mengoreksi serta memberikan petunjuk yang bermanfaat hingga terselesaikannya skripsi ini. Saya bersyukur bisa mendapatkan dosen pendamping sebaik beliau.
6. Siti Nurhasanah Dra., M.Si. selaku dosen wali Manajemen Kelas I 2019 yang mengarahkan saya selama studi di Universitas Muhammadiyah Malang.
7. Terima kasih kepada Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya Program Studi Manajemen yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan hingga akhir penyusunan skripsi ini.
8. Kemudian yang spesial dan istimewa, ucapan terimakasih tak terhingga dengan penuh rasa cinta dan sayang kepada kedua orang tua saya, Ayahanda M. Tobroni Jaya dan Ibunda Sriyati. Mereka yang telah membesarkan, merawat, mendidik dan menyayangi saya dari kecil hingga sekarang. Meraka yang tak kenal lelah dalam memenuhi kebutuhan kami sebagai anaknya. Hanya rasa terimakasih yang mampu terucap pada mereka, semoga gelar ini bisa menjadi langkah awal untuk membahagiakan meraka.
9. Begitu juga kepada saudara saya, kakak Uslifatul Jannah beserta suaminya Hadyan Rizkiani Husna yang selalu memberikan dukungan kepada saya.

10. Seluruh teman-teman seperjuangan saya Manajemen Kelas I angkatan 2019 yang selalu mendukung dan bergerak dengan solid dalam perjuangan menyelesaikan tugas akhir.
11. Sahabat seperjuangan saya yang selalu dekat dan mendukung saya selama ini, Muhammad Irfan Dwi Maulana, Dayyan Ahmad De Larosa, Dava Riski Agustian, Bagus Wisnu Pribadi dan Imam Wahyu.
12. Yang terakhir saya ucapkan kepada orang yang paling spesial di hati saya Afwah yang telah banyak membantu serta memberikan dorongan yang positif kepada saya hingga sampai dititik ini.
13. Berbagai pihak lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat saya, sekali lagi terimakasih.

Kepada mereka semua, hanya ungkapan terimakasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya tercatat dengan sebagai amal ibadah kebaikan yang tiada ternilai yang hanya Allah SWT yang mampu membalas semuanya, aamiin yaa rabbal'alamiin.

Ada pertemuan pasti ada perpisahan, akhirnya dengan segala keterbatasan dan kekurangannya, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Sekian dan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr Wb

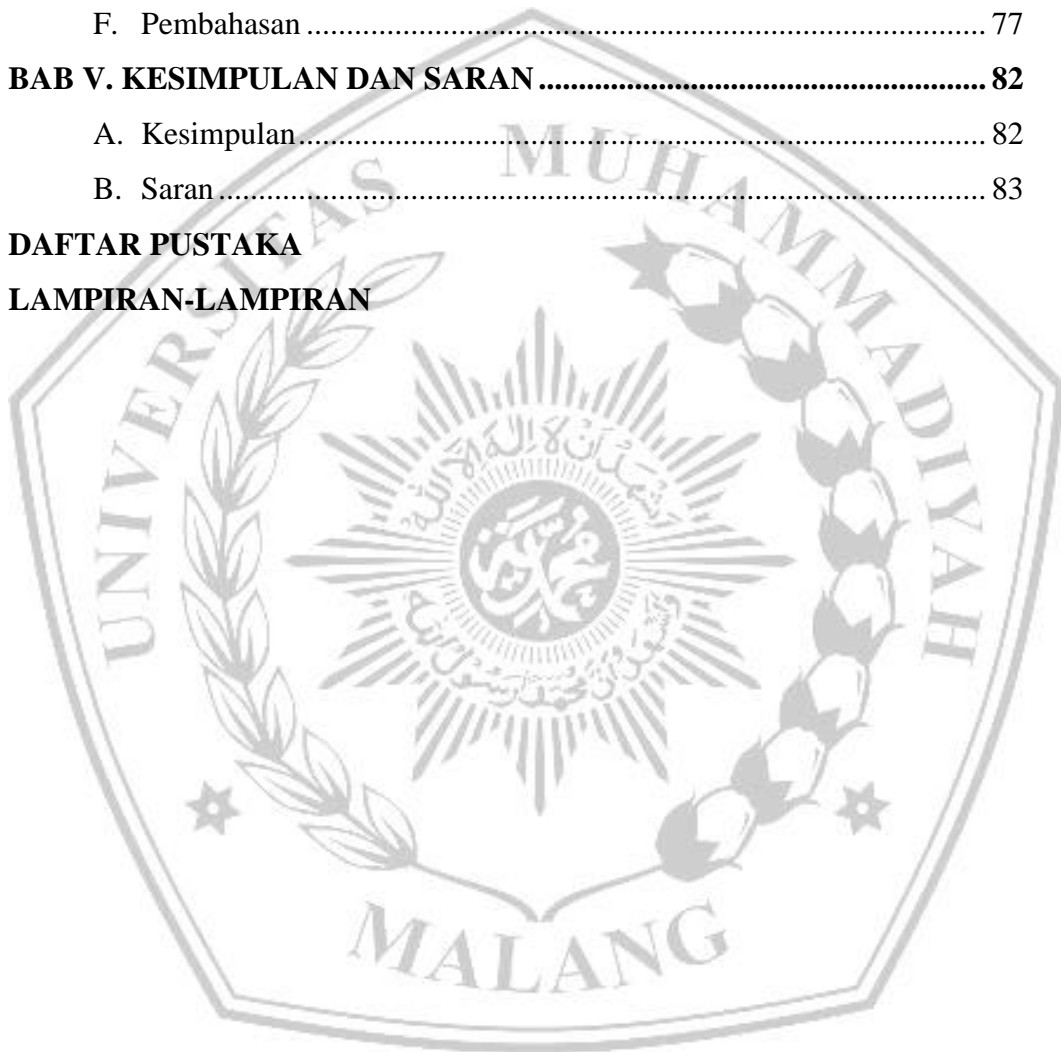
Malang, 22 MEI 2024

Muh. Robithul Athiyab

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRAC.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Hasil Penelitian Terdahulu	10
B. Landasan Teori	17
1. Loyalitas Konsumen	17
2. Kepuasan Konsumen	24
3. <i>Customer Experience</i>	28
4. <i>Store Atmosphere</i>	34
C. Kerangka Pikir Penelitian.....	40
D. Hipotesis	41
BAB III. METODE PENELITIAN.....	44
A. Jenis Penelitian	44
B. Jenis dan Sumber Data	44
C. Metode Pengumpulan Data	45
D. Populasi dan Sampel.....	45
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	47
F. Uji Instrumen.....	49
G. Teknik Analisis Data	51

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Deskripsi Karakteristik Responden	54
B. Hasil Uji Instrumen Penelitian	57
C. Distribusi Jawaban Responden.....	60
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	66
E. Hasil Uji Analisis Jalur.....	68
F. Pembahasan	77
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	82
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	Jumlah Konsumen De Terazz Corner Singosari Kabupaten Malang Bulan Januari-Mei 2023	5
Tabel 1.2	Keluhan Konsumen Pada De Terazz Corner Bulan Januari-Mei 2023	5
Tabel 1.3	Nama-Nama Pesaing De Terazz Corner Singosari	6
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1	Definisi Dan Operasionalisasi Variabel	47
Tabel 3.2	Skala Likert	49
Tabel 4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	56
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas	58
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.7	Analisis Jawaban Responden Per Variabel	60
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Customer Experience</i>	61
Tabel 4.9	Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Store atmosphere</i>	63
Tabel 4.10	Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen.....	64
Tabel 4.11	Distribusi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Konsumen	65
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Multikolinearitas	67
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas Data	68
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Jalur <i>Customer Experience</i> Terhadap Loyalitas Konsumen.....	79
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Jalur <i>Store atmosphere</i> Terhadap Loyalitas Konsumen.....	69
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Jalur <i>Customer Experience</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	70
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Jalur <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	71

Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Jalur Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen...72	
Tabel 4.19 Rekapitulasi Pengaruh Langsung, Tidak Langsung Dan Pengaruh Total 73	
Tabel 4.20 Rekapitulasi Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Pengaruh Total..... 74	



DAFTAR GAMBAR

Halaman

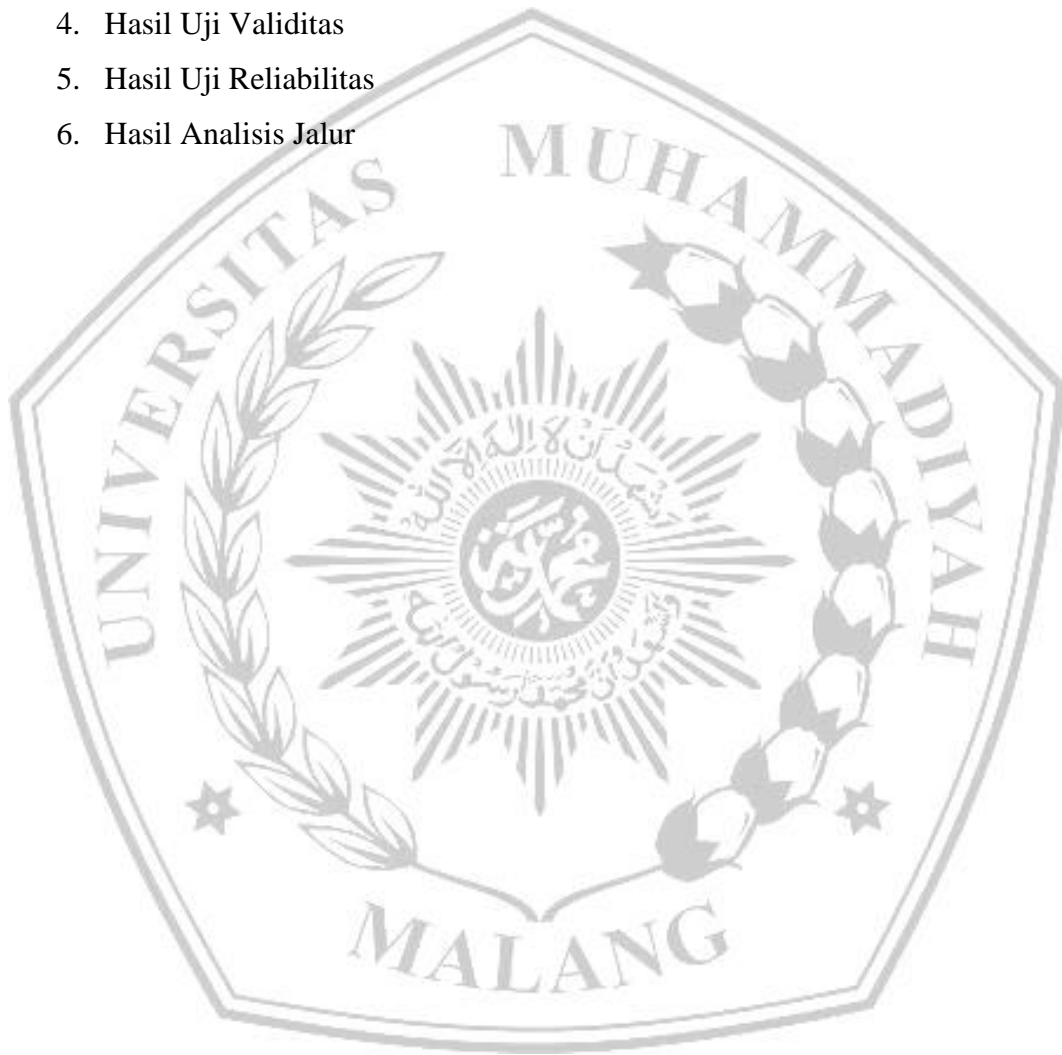
Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian	40
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Gambar 4.2 Hasil Analisis Antar Jalur	72
Gambar 4.3 Hasil Uji Sobel	76



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuesioner Penelitian
2. Data Penelitian
3. Hasil Distribusi Jawaban Responden
4. Hasil Uji Validitas
5. Hasil Uji Reliabilitas
6. Hasil Analisis Jalur



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2012). *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Jakarta: Mitra Utama
- Agustiono, S. Listyorini, and H. S. Nugraha, (2022), Pengaruh Customer Experience terhadap Customer Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Masyarakat Semarang Pengguna LinkAja), *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 11, No. 2, pp. 244-256, Oct. 2022*.
- Ahmad, D.G. (2011), Analisis hubungan customer experience terhadap loyalitas konsumen pada café gossip, InSearch, *Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia, ISSN 2085- 7993, pp.1-17*
- Ananda, R. (2021), Penerapan Pendekatan Realistik Mathematic Education (RME) untuk meningkatkan hasil belajar matematika siswa sekolah dasar,” *Journal Cendekia, 2, No 1- 14 Februari, 2021*
- Aregawi, T. (2018). Factors Affecting Customer Loyalty: (Experience From Dashen Bank Adigrat Area Branch). *International Journal Of Science And Research (Ijsr) Vol. 7, No. 9 , 101-105*
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Berman, B & Evans, Joel R. (2014). *Retail Management*, Edisi 12, Alih Bahasa Oleh Lina Salim. Jakarta : Pearson
- Dabija, D. C., dan Babut, R. (2014). Enhancing Consumer’s Satisfaction and Loyalty of Retailers in Romania Through Store Ambiance and Communication. *Procedia Economics and Finance, Volume 15 No.1 Hal. 371–382*.
- Dewi, I,T dan Muhammad I.H. (2016). Pengaruh Pengalaman Pelanggan (Customer Experience) Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Kuliner Jawa Rantapratap. *Jurnal Ecobisma Vol.3 No.1*
- Engel, J.F and Blackwell, R.D and Miniard, P.W. (2016), *Consumer Behavior*. 8th Ed. Forth Worth. Texas: The Dryden Press.
- Fakhrudin, A, (2021), *Word Of Mouth Marketing* Berpengaruh Terhadap Keputusan Kuliah, *Forum Ekonomi, 23 (4) 2021, 648-657*
- Foster.B, (2008). *Manajemen Ritel*. Alfabeta, Bandung

- Ghozali, I. (2014). *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP , Semarang.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Gunawan, T, (2019), Efek Mediasi Kepuasan Pelanggan atas Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere terhadap Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.7 No.1*.
- Hardiansyah, dan Yuningsih, E. (2018). Analisis pengaruh customer experience terhadap minat berkunjung kembali (revisit intention) pada destinasi wisata kota BOGOR. *Jurnal Visionida, 4(1), 1–20*.
- Indriantoro, N dan Bambang S. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis (Untuk Akuntansi dan Manajemen)*. Yogyakarta, Edisi Pertama, BPFE – UGM
- Juan, L., & Yan, L. (2009). Dimensions And Influencing Factors Of Customer Loyalty In The Intermittent Service Industry . *Journal Of Quantitative & Technical Economics Vol.3, No.1 , 63-78*.
- Khan, M. M., & Fasih, M. (2014). Impact Of Service Quality On Customer Satisfaction and Customer Loyalty: Evidence From Banking Sector. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences, 8 (2) hlm. 331- 354*.
- Kotler, P dan Kevin L.K, (2016), *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2, Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, P; Armstrong, G, (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Lepojevic, V & Suzana D. (2018). Factors Affecting Customer Loyalty In The Business Market – An Empirical Study In The Republic Of Serbia. *Economics And Organization 15 (3)*.
- Levy & Weitz. (2007). *Retailing Management* (6th ed.). New York: McGraw-Hill International.
- Listiyono, R.A (2015), Studi Deskriptif Tentang Kuaitas Pelayanan di Rumah Sakit Umum Dr. Wahidin Sudiro Husodo Kota Mojokerto Pasca Menjadi Rumah Sakit Tipe B, *Kebijakan dan Manajemen Publik, Volume 1, Nomor 1, Februari 2015*
- Lovelock, Christopher, Jochen W, & Jacky Mussry. (2017). *Pemasaran Jasa*. edisi 7. Erlangga: Jakarta
- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat

- M. Gultom, and N. Ngatno, (2020), Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Smartphone Samsung Di Semarang, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 9, No. 1, pp. 169-178, Feb. 2020
- Malhotra, N.K., (2009), *Riset Pemasaran*, Edisi keempat, Jilid 1, PT Indeks, Jakarta
- Mathur, M., & Goswami, S. (2014), Store Atmospheric Factors Driving Customer Purchase Intentionan Exploratory Study. *BVIMSR's Journal of Management Research*, 6(2), 111-117
- Olson, Jerry, J. Paul Peter. (2016), *Consumer Behaviour and Marketing Strategic*, 8th, Boston: McGraw-Hill. Terjemahan Diah Tantri Dwi Andani: Jakarta, Erlangga
- Pertiwi, D, K,A. (2020), Analisis Pengaruh Store Atmosphere Dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Pelanggan O'Pallet Cafe Boyolali), *Journal of Student Research*, 1(1), 356-371.
- Putra, A. S. B. (2012). Pengaruh Retail Marketing Mix Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Pemoderasi. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. Volume 7 No.2 Hal.97-113.
- Rahman, M. K., Haque, A. H., dan Jalil, M. A. (2014). Factors Affecting Customer Loyalty through Satisfaction towards Retail Marketing Strategy: An Exploratory Investigation on Malaysian Hypermarkets. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*. Vol. 8, No. 7, Hal. 304-322.
- Rashid, A, Muhammad H, Fauziah. A & Abdul, K. (2015), Does Service Recovery Affect Customer Satisfaction? A Study on Co-Created Retail Industry, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, 455 – 460
- Senjaya, V. (2013), Pengaruh *Customer Experience Quality* Terhadap *Customer Satisfaction & Customer Loyalty* Di Kafe Excelso Tunjungan Plaza Surabaya: Perspektif B2C, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 1, No. 1, (2013) 1-15
- Septian, B.P, (2021), Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten, *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen* Vol. 3, No. 2 (Juni – September): 16-33
- Sholihah, I, A. (2020), Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Libreria Eatery Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 1 No. 1, (2015) 1-9

- Singarimbun, M dan Sofian E, (2016), *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES
- Solimun. (2005). *Structural Equation Modeling Lisrel dan Amos*. Fakultas MIPA Universitas Brawijaya, Malang. Penerbit Universitas Negeri Malang
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta
- Suprapti, (2022), Pengaruh sensory experience, emotional experience dan social experience terhadap customer satisfaction pada layanan pengemudi ojol perempuan di Prigen. *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan. Vol. 4 Special Issue 4 Februari 2022 P-ISSN: 2622-2191 E-ISSN : 2622-2205*
- Syahrani, (2022), Analisis kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan dan kepercayaan pelanggan sebagai variabel mediasi, INOVASI: *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen Vol. 18 (1) 2022*
- Syahroni, M.I (2020), Pengaruh Kualitas Produk Dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kafe Keibar (Studi Kasus Kafe Keibar Pamulang), *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Jakarta*
- Takwim, R.I (2022), Pengaruh kualitas layanan dan store atmosphere terhadap customer loyalty, *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan Volume 4, Number 12, 2022*
- Tjiptono F, & Gregorius C. (2007). *Service, Quality Satisfaction*. Andi Offset. Yogyakarta
- Tjiptono, F. (2018), *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi
- Vivie S, (2013), Pengaruh Customer Experience Quality Terhadap Customer Satisfaction & Customer Loyalty Di Kafe Excelso Tunjungan Plaza Surabaya: Perspektif B2C, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1, No. 1, (2013) 1-15*
- Wardhana, R. E. (2016). Pengaruh Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel Intervening (Studi pada konsumen Mie Rampok Tahanan Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 4 No.3*
- Widya, Y. (2018), Analisa Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Dimoderasi Oleh Media Social Pada De Mandailing Cafe Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1, No. 1, (2018)*.
- Yudika, A, (2021), Pengaruh *Customer Experience* dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Er Coffee Pekanbaru, *JOM FEB, Volume 8 Edisi 2 (Juli – Desember 2021)*



Lembaga Informasi dan Publikasi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang

Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 3/5/2024

Kode : 2319173419
Nama : Muhammad Robithul Athiyab
NIM : 201910160311454
Prodi : Manajemen
Naskah publikasi : LULUS
Penerjemah Abstrak : Selesai

Kepala LIP



Kenny Roz, S.Kom., M.M

