

**PENGARUH KEPERCAYAAN, *STORE ATMOSPHERE*, DAN
KEANEKARAGAMAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

(Studi pada Liga Sport Konfeksi Purwokerto)



SKRIPSI

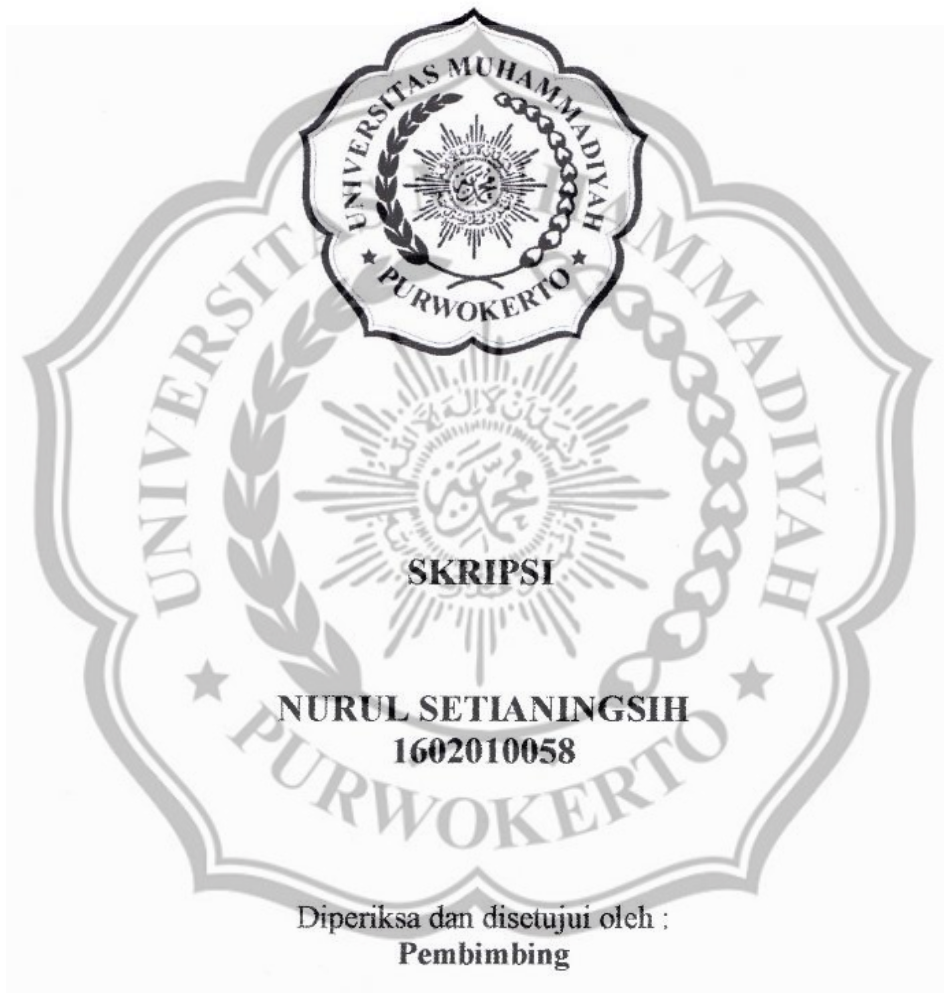
**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**

**Oleh:
NURUL SETIANINGSIH
1602010058**

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2021**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, *STORE ATMOSPHERE*, DAN
KEANEKARAGAMAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

(Studi pada Liga Sport Konfeksi Purwokerto)



M. Agung Miftahuddin, S.E. M.Si
NIK. 2160159

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Nurul Setianingsih
NIM : 1602010058
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh Kepercayaan, *Store Atmosphere* dan Keanekaragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening Studi kasus pada Liga Sport Konfeksi Purwokerto.**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : M. Agung Miftahuddin S.E., M.Si
Anggota 1 : Hj. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D.
Anggota 2 : Hengky Widhiandono S.E., M.Si

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal :

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Naclati Tubastuvi, SE., M.Si

NIK. 2160187

iii

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Setianingsih

NIM : 1602010005

Program Studi : Manajemen S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, Januari 2021

Yang membuat pernyataan



Nurul Setianingsih

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai individu akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurul Setianingsih
NIM : 1602010058
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“ PENGARUH KEPERCAYAAN, *STORE ATMOSPHERE*, DAN
KEANEKARAGAMAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (Studi pada Liga Sport Konfeksi
Purwokerto)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/mengalih informatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada tanggal : Januari 2021
Yang menyatakan


Nurul Setianingsih

MOTTO

“Seorang Pejuang, Ya harus Berjuang”

“Majulah Tanpa Menyingkirkan, Naiklah Tinggi Tanpa Menjatuhkan, Jadilah Baik Tanpa Menjelekan orang lain, dan Benar Tanpa Menyalahkan”

Segala sesuatu persaingan yang ada dalam hidup perlu dimaknai, tetapi bersainglah dengan sehat tanpa merugikan orang lain, sukses tidak harus mengundang musuh.

“Jangan Menunggu waktu yang tepat untuk melakukan sesuatu, karena tidak akan ada yang tepat bagi mereka yang menunggu”

PERSEMBAHAN

Sujud syukurku kupersembahkan kepada Allah SWT, atas takdir-Mu saya menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman dan bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depanku, dalam meraih cita-cita.

Dengan ini saya memberikan persembahan kecil yaitu skripsi ini kepada kedua orangtua saya. Terima kasih atas kasih sayang yang berlimpah dari mulai saya lahir, hingga saya menjadi pribadi seperti ini. Serta segala doa yang selalu menyertai langkahku.

Terima kasih selanjutnya kepada keluarga besar saya yang memberikan dukungan dan doa tanpa henti.

Terima kasih juga untuk para dosen pembimbing Bapak/Ibu yang dengan sabar membimbing saya. Terima kasih juga untuk semua pihak yang mendukung keberhasilan skripsi saya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Terimakasih

Dan Terima kasih tak lupa saya ucapkan kepada orang spesial bagi saya yang selalu menemani suka dan duka, mendengarkan keluh kesah dalam menyusun skripsi ini.

Ucapan terakhir saya persembahkan juga untuk seluruh teman-teman saya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2016 dan 2017. Terima kasih untuk memori yang kita rajut setiap harinya, atas tawa yang setiap hari kita miliki dan atas solidaritas yang luar biasa.

Saya menyadari bahwa hasil karya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, tetapi saya harap isinya tetap memberi manfaat sebagai ilmu dan pengetahuan bagi para pembacanya.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum wr. wb

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang selalu melimpah rasa rahmat, hidayah serta karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Kepercayaan, *Store Atmosphere* dan Keanekaragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening Studi kasus pada Liga Sport Konfeksi Purwokerto dengan baik, yang merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

Dalam kesempatan ini penulis dengan rasa penuh kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian hingga pada tahap penyelesaian skripsi ini. Rasa terima kasih ini penulis ucapkan kepada:

1. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns. M.Kep, selaku rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Dr. Hj. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.

3. Dr. Suyoto, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
4. M. Agung Miftahuddin S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Hj. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D. dan Hengky Widhiandono S.E.,M.Si selaku dosen penguji saya yang selalu memberikan arahan dan saran yang sangat membangun, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak/ibu dosen, seluruh staf dan karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang sejak dari awal semester memberikan ilmunya selama saya di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
7. Kepada kedua orang tua saya Bapak Sujud Sujiono dan Ibu saya Kursinah yang selalu memberikan dukungan serta kasih sayang dalam bentuk moral maupun nasehat serta motivasi kepada saya yang tidak terbatas sehingga saya bersemangat dan optimis dalam penyusunan skripsi ini.
8. Segenap keluarga besar yang ikut mensupport dan memberi semangat kepada saya.

9. Orang spesial dalam hidup saya yang telah memani saya dalam suka duka dan banyak membantu dalam menyusun skripsi ini serta mendengarkan curahan hati keluh kesah saya dalam penyusunan skripsi ini.

10. Pelanggan Liga Sport Konfeksi Purwokerto yang telah bersedia menjadi responden penelitian.

11. Kepada teman dan sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Dan akhirnya semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang membutuhkannya.

Wassalamu'alaikum wr. Wb

Purwokerto, Januari 2021

Penulis

**PENGARUH KEPERCAYAAN, *STORE ATMOSPHERE*, DAN
KEANEKARAGAMAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

(Studi pada Liga Sport Konfeksi Purwokerto)

Nurul Setianingsih¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Email : nurul.sh03@gmail.com

M. Agung Miftahuddin²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Email : muchammadagungm@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kepercayaan, *Store Atmosphere* dan Keanekaragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening Studi kasus pada Liga Sport Konfeksi Purwokerto. Kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data. Sampel dari penelitian ini merupakan pelanggan Liga Sport Konfeksi Purwokerto. Metode yang digunakan adalah *Purposive Sampling* dengan 100 sampel dengan berbagai kriteria yang ditentukan. Analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* dengan pendekatan *Partial Least Square*. Hasil penelitian menunjukkan Kepercayaan berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. *Store Atmosphere* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Keanekaragaman Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, namun berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan kepuasan tidak bisa memediasi hubungan antara Kepercayaan, *Store Atmosphere* dan Keanekaragaman Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata Kunci: Kepercayaan, *Store atmosphere*, Keanekaragaman Produk, Loyalitas, dan Kepuasan Pelanggan.

THE EFFECT OF TRUST, ATMOSPHERE STORE, AND PRODUCT DIVERSITY ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLES

(Study on Liga Sport Konfeksi Purwokerto)

Nurul Setianingsih¹

*Faculty of Economics and Business
Muhammadiyah University Purwokerto*

Email : nurul.sh03@gmail.com

M. Agung Miftahuddin²

*Faculty of Economics and Business
Muhammadiyah University Purwokerto*

Email : muchammadagungm@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of trust, store atmosphere and product diversity on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable. Case study on the Purwokerto Confection Sports League. The questionnaire is used as a data collection tool. The sample of this research is the customers of the Purwokerto Confection Sports League. The method used was purposive sampling with 100 samples with various specified criteria. Data analysis using Structural Equation Modeling with Partial Least Square approach. The results showed that trust had a significant negative effect on customer satisfaction and had no significant effect on customer loyalty. Store atmosphere has a significant positive effect on customer satisfaction, and has no significant effect on customer loyalty. Product diversity has no significant effect on customer satisfaction, but has a significant positive effect on customer loyalty. Satisfaction has a significant positive effect on customer loyalty, and satisfaction cannot mediate the relationship between Trust, Store Atmosphere and Product Diversity on Customer Loyalty.

Keywords: Trust, Store atmosphere, Product Diversity, Loyalty, and Customer Satisfaction.

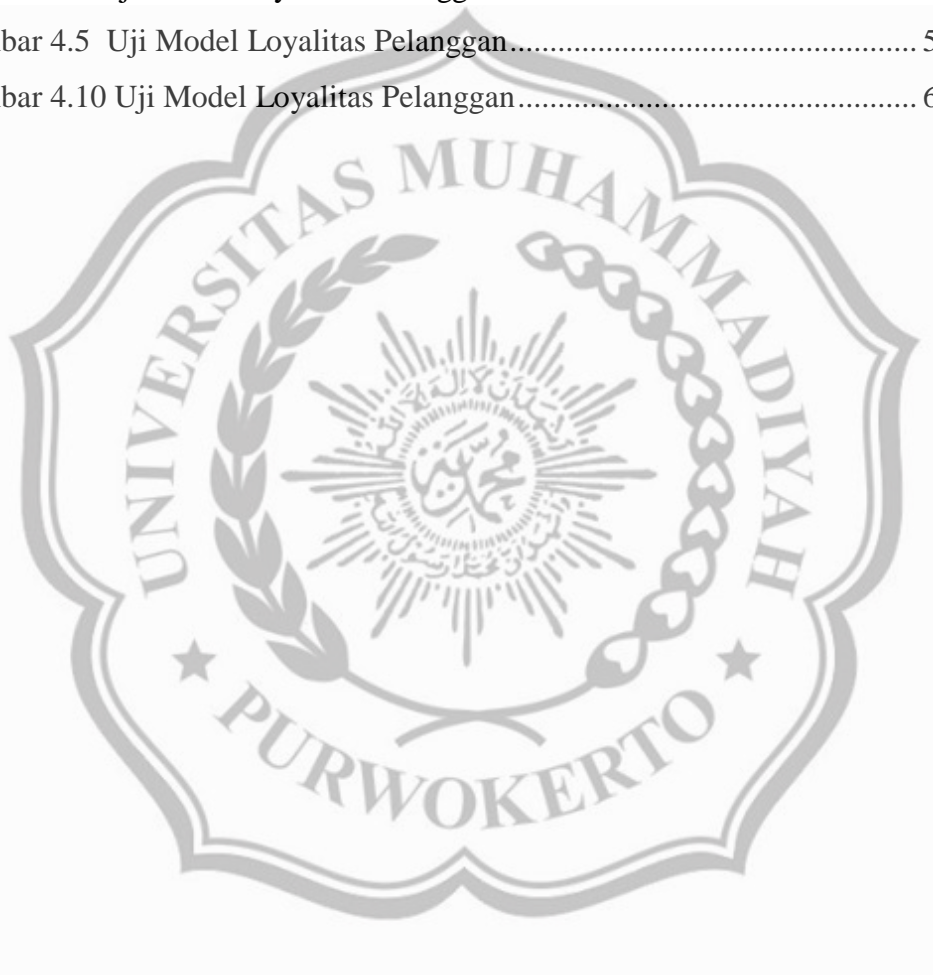
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN ORISINALITAS	iv
PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. LANDASAN TEORI.....	13
1. Kepercayaan.....	13
2. <i>Store Atmosphere</i>	14
3. Keanekaragaman Produk	16
4. Kepuasan Pelanggan	17
5. Loyalitas Pelanggan	19
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
C. Kerangka Pemikiran.....	23

D. Hipotesis Penelitian.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Jenis Penelitian.....	35
B. Populasi Dan Sampel	35
C. Metode Pengumpulan Data.....	37
D. Variabel Penelitian	38
E. Definisi Operasional.....	39
F. Metode Analisis Data.....	42
BAB IV	50
A. Response Rate	50
B. Gambaran Umum Responden	51
C. Uji Model Pengukuran (Outer Model).....	54
D. Penerimaan/ Penolakan Hipotesis.....	63
E. Pembahasan.....	67
BAB V PENUTUP	81
A. Kesimpulan	81
B. Keterbatasan dan Saran.....	82
C. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Pertumbuhan Konfeksi1	2
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	33
Gambar 3.3 Konstruk Indikator Reflektif	45
Gambar 3.4 Konstruk Indikator Formatif	45
Gambar 3.5 Uji Model Loyalitas Pelanggan.....	47
Gambar 4.5 Uji Model Loyalitas Pelanggan.....	58
Gambar 4.10 Uji Model Loyalitas Pelanggan.....	62



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.2 Definisi Operasional	40
Tabel 3.3 <i>Rule of Thumb</i> Evaluasi Model Pengukuran.....	49
Tabel 4.4 Response Rate.....	50
Tabel 4.5 Karakteristik Responden.....	51
Tabel 4.6 <i>Convergent validity (loading factor)</i>	55
Tabel 4.7 Nilai AVE Putaran 1	56
Tabel 4.8 Nilai <i>Composivite Reliability</i> Putaran 1.....	57
Tabel 4.9 <i>Outer Loading</i> Putaran 2.....	60
Tabel 4.10 Nilai AVE Putaran 2	61
Tabel 4.11 Nilai <i>Composivite Reliability</i> Putaran 2.....	61
Tabel 4.12 R-Square diterima jika nilai <i>P Values</i> lebih kecil dari 0,05.....	62
Tabel 4.13 <i>Path Coefficients, t Statistics, dan P Value</i>	63
Tabel 4.14 <i>Path Coefficient, t Statistics, P Values</i>	66
Tabel 4.15 Nilai Rata-rata Butir Pertanyaan Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan	68
Tabel 4.16 Nilai Rata-rata Butir Pertanyaan Kuesioner Variabel Loyalitas Pelanggan.....	69
Tabel 4.17 Nilai Rata-rata Butir Pertanyaan Kuesioner Variabel Kepercayaan.....	70
Tabel 4.18 Nilai Rata-rata Butir Pertanyaan Kuesioner Variabel <i>Store Atmosphere</i>	71
Tabel 4.19 Nilai Rata-rata Butir Pertanyaan Kuesioner Variabel Keanekaragaman Produk	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian	87
Lampiran 2: Karakteristik Responden	94
Lampiran 3: Data Kuisisioner	95
Lampiran 4: Data Responden Variabel Kepercayaan	99
Lampiran 5: Data Responden Variabel <i>Store Atmosphere</i>	102
Lampiran 6: Data Responden Variabel Keanekaragaman Produk.....	109
Lampiran 7: Data Responden Variabel Kepuasan Pelanggan.....	112
Lampiran 8: Data Responden Variabel Loyalitas Pelanggan	115
Lampiran 9: <i>Outer Loading</i> Putaran 1	118
Lampiran 10: Construct reability Validity	119
Lampiran 11 : Uji Model struktural (<i>Inner Model</i>).....	120
Lampiran 12: <i>Outer Loading</i> Putaran 2	121
Lampiran 13 : Uji Model struktural (<i>Inner Model</i>).....	122
Lampiran 14: R-Square	122
Lampiran 15: <i>Path coefficients, t Statistics, P Value</i>	122
Lampiran 16: <i>Specific Indirect effects</i> (Penerimaan/ penolakan Hipotesis 8,9 dan 10).....	123