

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PELAYANAN,  
*WORD OF MOUTH*, DAN *STORE ATMOSPHERE*  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
*THE SOEDS COFFE TEA AND SPACES*  
PURWOKERTO**



**SKRIPSI**

**FARAH NADYA DETRIANA  
1902010445**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
2024**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PELAYANAN, *WORD OF MOUTH* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN THE SOEDS COFFEE TEA AND SPACES PURWOKERTO**



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen (S1)

**FARAH NADYA DETRIANA  
1902010445**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
TAHUN 2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PELAYANAN, *WORD OF MOUTH* (WOM), DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN THE SOEDS COFFEE TEA AND SPACES PURWOKERTO**



**SKRIPSI**

**FARAH NADYA DETRIANA  
1902010445**

Diterima dan Disetujui Oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Dr. Muchammad Agung Miftahuddin', is written over a horizontal line.

**Dr. Muchammad Agung Miftahuddin, SE.,M.Si  
NIK.2160159**

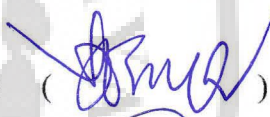
## HALAMAN PENGESAHAN

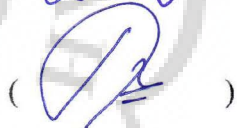
Skripsi yang ditunjukkan oleh:

Nama : Farah Nadya Detriana  
NIM : 1902010445  
Program Studi : Manajemen S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Judul Laporan : **Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Pelayanan, *Word of Mouth* dan *Store Atmosphere* terhadap Loyalitas Pelanggan The Soeds Coffee Tea and Spaces Purwokerto**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

### DEWAN PENGUJI

Ketua : Dr. Muchammad Agung Miftahuddin, S.E.,M.Si (  )

Anggota 1 : Totok Haryanto., S.E., M.M (  )

Anggota 2 : Arini Hidayah., S.E., M.Si (  )

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 15 Agustus 2024

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Asso. Prof. Dr. Naclati Tubastuvi, S.E., M.Si  
NIK. 2160187

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Farah Nadya Detriana  
NIM : 1902010445  
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 dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan karya orang lain.

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

Purwokerto, 15 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



**Farah Nadya Detriana**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Farah Nadya Detriana

NIM : 1902010445

Program Studi : Manajemen S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

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

**“PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PELAYANAN, *WORD OF MOUTH* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN THE SOEDS COFFEE TEA AND SPACES PURWOKERTO”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan mengalih media/mengalih informasikan, 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 sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto  
Pada Tanggal : 15 Agustus 2024  
Yang Menyatakan,



**Farah Nadya Detriana**

## **MOTTO**

“you still have a lot of time to make yourself be what you want”

(s.e. hinton)



## PERSEMBAHAN



*Dengan mengucapkan Basmallah dan syukur,*

*kupersembahkan skripsi ini kepada :*

*Kedua orang tua saya Bapak Deny Pudji Suhartono dan Ibu Tri Yunita serta*

*Adikku Putri Alifah, Dinda Salma dan Fatih El Royan*

*Terimakasih atas setiap lantunan doa, kasih sayang, dan tetesan keringat yang*

*tak terhitung, semoga Allah memberkahi dan mengganti segalanya*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen S1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Assoc. Prof. Dr. Ns. Jebul Suroso, S.Kp., M. Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
2. Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
3. Drs. Suyoto, M. Si, Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
4. Dr. Muchammad Agung Miftahuddin, S.E.,M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
5. Totok Haryanto, S.E., M.M., selaku dosen penguji 1, yang telah memberikan berbagai pernyataan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen;

6. Arini Hidayah, S.E., M.Si., selaku dosen penguji 2, yang telah memberikan berbagai pernyataan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen;
7. Dr. Wida Purwidiyanti., S.E., M.Sc, selaku pembimbing akademik yang sudah membimbing dan memberikan arahan selama masa perkuliahan.
8. Bapak/Ibu dosen, seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada dibangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
9. Untuk kedua orang tua penulis yang tercinta bapak Deny Pudji Suhartono dan ibu Tri Yunita serta ketiga saudara saya yang tersayang Putri Alifah, Dinda Salmda dan Fatih El Royan yang selalu memberikan motivasi, bimbingan, doa, kasih sayang serta dukungan baik moril maupun materil sehingga penulis selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap masalah dalam penyusunan skripsi ini.
10. Untuk sahabat penulis Allira Shofura Makarim dan Devita Puti Alifia yang telah membantu dan selalu motivasi penulis dalam proses penyelesaian kuliah selama ini.
11. Untuk teman-teman dekat penulis Ade, Devina, Ditya, Tata, Ita dan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu karena telah memotivasi dan meberikan dukungan pada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

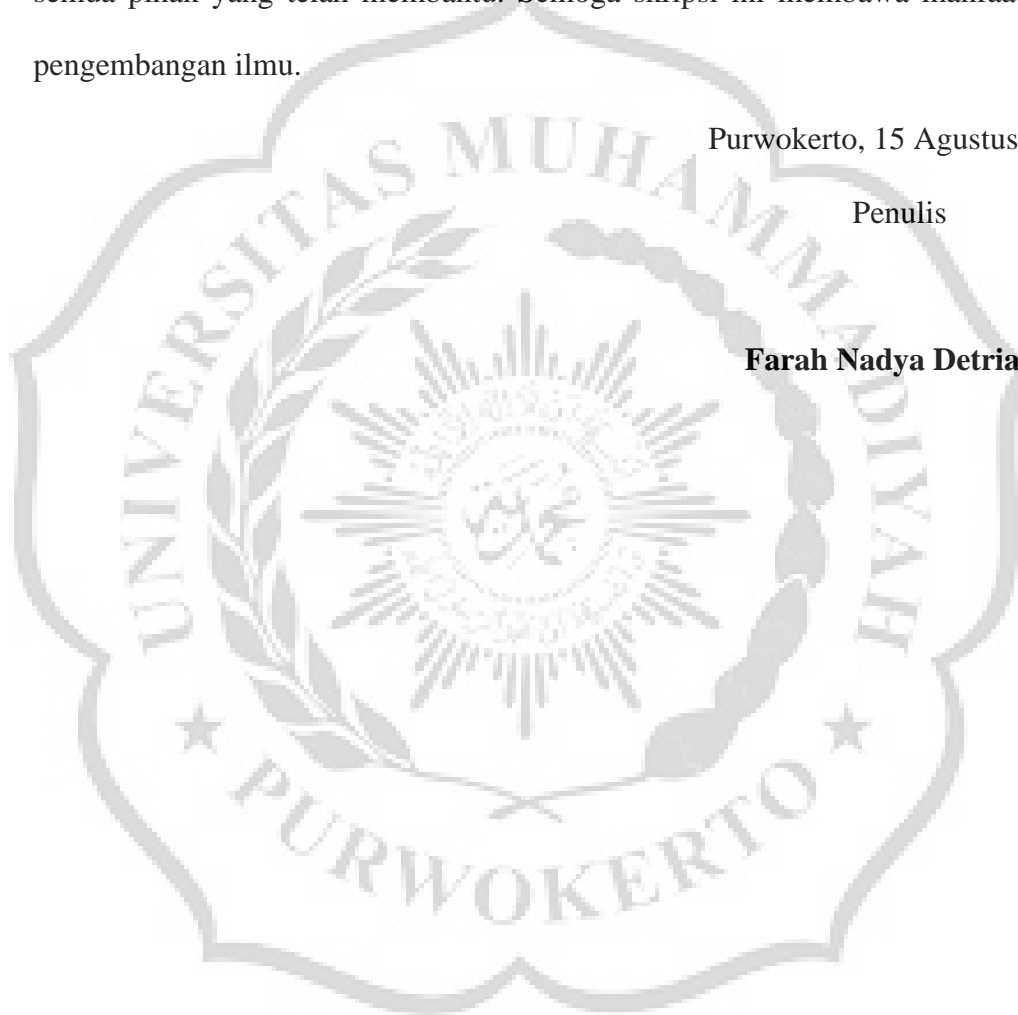
12. Untuk pelanggan The Soeds Coffee Tea and Spaces Purwokerto yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjadi responden penelitian saya sehingga penyusunan skripsi mampu selesai dan berjalan dengan lancar.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, 15 Agustus 2024

Penulis

**Farah Nadya Detriana**



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PELAYANAN, *WORD OF MOUTH*  
DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
THE SOEDS COFFEE TEA AND SPACES PURWOKERTO**

Farah Nadya Detriana<sup>1</sup> Mochammad Agung Miftahuddin<sup>2</sup>  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
[farahnadia377@gmail.com](mailto:farahnadia377@gmail.com)<sup>1</sup>, [Mochammadmiftahudinm@gmail.com](mailto:Mochammadmiftahudinm@gmail.com)<sup>2</sup>

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Image*, Kualitas Pelayanan, *Word of Mouth*, dan *Store Atmosphere* terhadap Loyalitas Pelanggan The Soeds Coffee Tea and Spaces Purwokerto. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Pengambilan sampel ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria dimana pelanggan The Soeds Coffee Tea and Spaces Purwokerto yang pernah melakukan pembelian minimal dua kali dijadikan sampel. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sampel yang digunakan sejumlah 110 pelanggan. Teknik analisis data menggunakan Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Analisis data menggunakan Uji Koefisien Determinasi  $R^2$ . Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, *word of mouth* berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan dan *store atmosphere* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji determinasi  $R^2$  menunjukkan bahwa pengaruh *brand image*, kualitas pelayanan, *word of mouth* dan *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan sebesar 78,1%.

Kata kunci : *Brand image*, kualitas pelayanan, *word of mouth*, *store atmosphere*, loyalitas.

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, SERVICE QUALITY, WORD OF MOUTH  
AND STORE ATMOSPHERE ON CUSTOMER LOYALTY AT THE SOEDS  
COFFEE TEA AND SPACES PURWOKERTO**

Farah Nadya Detriana<sup>1</sup> Mochammad Agung Miftahuddin<sup>2</sup>  
The Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
[farahnadia377@gmail.com](mailto:farahnadia377@gmail.com)<sup>1</sup>, [Mochammadmiftahudinm@gmail.com](mailto:Mochammadmiftahudinm@gmail.com)<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

*This research aims to analyze the influence of Brand Image, Service Quality, Word of Mouth, and Store Atmosphere on Customer Loyalty of The Soeds Coffee Tea and Spaces Purwokerto. This type of research is quantitative. This sampling method uses a purposive sampling method with criteria where customers of The Soeds Coffee Tea and Spaces Purwokerto who have made at least two purchases are used as samples. The data collection instrument uses a questionnaire. The sample used was 110 customers. The data analysis technique uses the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Data analysis uses the R<sup>2</sup> Coefficient of Determination Test. Based on the analysis results, it shows that brand image has a positive effect on customer loyalty, service quality has a positive effect on customer loyalty, word of mouth has a positive effect on customer loyalty and store atmosphere has a positive effect on customer loyalty. The results of the R<sup>2</sup> determination test show that the influence of brand image, service quality, word of mouth and store atmosphere on customer loyalty is 78.1%.*

*Keywords: Brand image, service quality, word of mouth, store atmosphere, loyalty.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI .....	v
MOTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
ABSTRAK .....	xi
<i>ABSTRACT</i> .....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1. Tujuan Penelitian .....	8
2. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori .....	10
1. Loyalitas Pelanggan.....	10
2. <i>Brand Image</i> .....	14
3. Kualitas Pelayanan .....	16
4. <i>Word of Mouth</i> (WOM).....	20
5. <i>Store Atmosphere</i> .....	24
B. Penelitian Tedahulu .....	26
C. Kerangka Teori.....	33
1. Pengaruh Brand Image dengan Loyalitas Pelanggan .....	33

2.	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan.	34
3.	Pengaruh Word of Mouth terhadap Loyalitas Pelanggan....	35
4.	Pengaruh Store Atmosphere terhadap Loyalitas Pelanggan	36
D.	Hipotesis .....	37
BAB III	METODE PENELITIAN .....	38
A.	Jenis Penelitian .....	38
B.	Populasi dan Sampel.....	38
1.	Populasi .....	38
2.	Sampel .....	38
C.	Jenis, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data.....	39
D.	Variabel Penelitian .....	40
1.	Variabel <i>Independent</i> .....	40
2.	Variabel <i>Dependent</i> .....	41
E.	Konsep, Definisi Operasional dan Indikator .....	41
F.	Metode Analisis Data .....	43
1.	Uji Statistik Deskriptif.....	43
2.	Uji Instrumen.....	43
3.	Uji Asumsi Klasik .....	45
4.	Uji Kelayakan Model.....	47
5.	Uji Analisis Data .....	47
6.	Uji Hipotesis.....	48
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
A.	Hasil Penelitian .....	54
1.	Gambaran Umum Perusahaan .....	54
2.	<i>Response Rate</i> .....	54
3.	Gambaran Umum Responden.....	55
4.	Uji Analisis Statistik Deskriptif.....	59
5.	Uji Instrumen Data .....	66
6.	Uji Asumsi Klasik .....	68
7.	Uji Kelayakan Model.....	72
8.	Uji Analisis Data .....	72

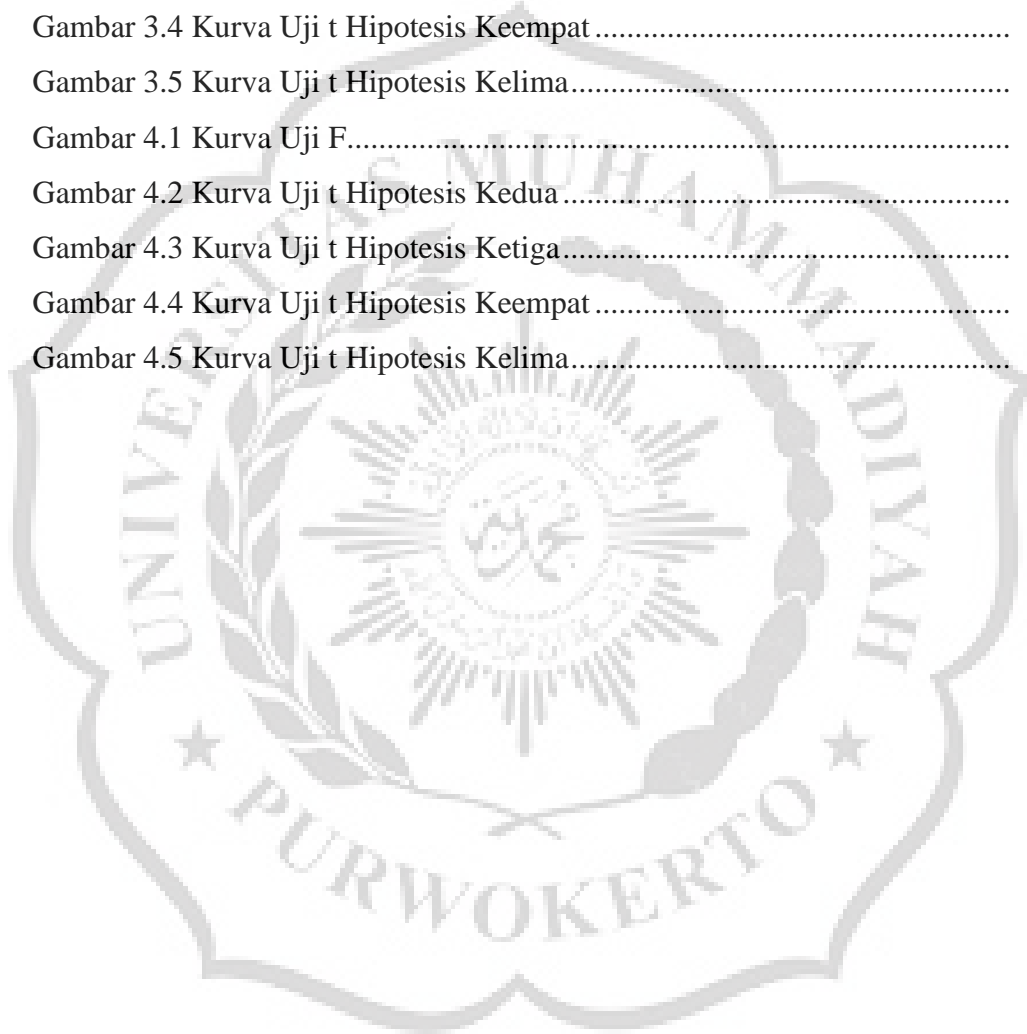
9. Uji Hipotesis .....	74
B. Ringkasan Hasil Uji t.....	79
C. Pembahasan .....	79
1. Pengaruh <i>Brand Image</i> , Kualitas Pelayanan, <i>Word of Mouth</i> , dan <i>Store Atmosphere</i> terhadap Loyalitas Pelanggan The Soeds Coffee Tea and Spaces .....	79
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan di The Soeds Coffee Tea and Spaces.....	80
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan The Soeds Coffee Tea and Spaces .....	81
4. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Loyalitas Pelanggan The Soeds Coffee Tea and Spaces .....	82
5. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Loyalitas Pelanggan The Soeds Coffee Tea and Spaces.....	83
BAB V PENUTUP .....	85
A. Kesimpulan.....	85
B. Keterbatasan .....	85
C. Saran .....	86
DAFTAR PUSTAKA .....	88
LAMPIRAN.....	92

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Konsep, Definisi Operasional, dan Indikator.....	41
Tabel 4.1 <i>Response Rate</i> .....	55
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin .....	56
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Usia .....	57
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Pekerjaan .....	58
Tabel 4.5 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i> .....	59
Tabel 4.6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kualitas Pelayanan .....	61
Tabel 4.7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Word of Mouth</i> .....	62
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Store Atmosphere</i> .....	63
Tabel 4.9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Loyalitas Pelanggan .....	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas .....	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	68
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas .....	69
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas .....	70
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	71
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> ) .....	72
Tabel 4.16 Hasil Regresi Berganda .....	73
Tabel 4.17 Hasil Uji F .....	75
Tabel 4.18 Hasil Uji T .....	76
Tabel 4.19 Ringkasan Hasil Uji t .....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	36
Gambar 3.1 Kurva uji F .....	49
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua .....	50
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	51
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat.....	52
Gambar 3.5 Kurva Uji t Hipotesis Kelima.....	53
Gambar 4.1 Kurva Uji F.....	75
Gambar 4.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua.....	76
Gambar 4.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	77
Gambar 4.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat.....	78
Gambar 4.5 Kurva Uji t Hipotesis Kelima.....	78



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin The Soeds Coffee Tea and Spaces Purwokerto .....	93
Lampiran 2. Kuesioner .....	94
Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian .....	104
Lampiran 4. Hasil Uji Statistik Deskriptif Responden.....	106
Lampiran 5. Uji Karakteristik Responden .....	107
Lampiran 6. Uji Instrumen Setiap Variabel .....	109
Lampiran 7. Uji Reliabilitas.....	114
Lampiran 8. Uji Asumsi Klasik .....	115
Lampiran 9. Uji Analisis Data .....	116
Lampiran 10. R Tabel .....	117
Lampiran 11. F Tabel .....	118
Lampiran 12. T Tabel .....	119
Lampiran 13. Tabulasi per Variabel.....	120