

## HALAMAN MOTTO

*"Moving at my own Path Coefficient: Positive, Significant, and Unstoppable."*

Hidupku berjalan di jalurnya sendiri: hasilnya selalu positif, berpengaruh nyata, dan tidak bisa dihentikan.

"Seperti model yang terstruktur dengan baik: Biarkan kerja keras menjadi variabel intervening, kepuasan menjadi prosesnya, dan keberhasilan menjadi hasil akhirnya." (Retno Iswanti)

*Be a voice, not an echo*



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta. Pintu surgaku dan cinta pertamaku, Ibu Mardiyah dan Bapak Karsiman, terima kasih atas segala doa, dukungan, cinta, kasih sayang, serta pengorbanan yang tiada henti dalam setiap langkah perjalanan penulis hingga mampu menyelesaikan pendidikan ini. Sebagai anak perempuan pertama, semoga keberhasilan kecil ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Bapak bangga. Gelar ini adalah milik kita bersama.
2. Adik perempuan penulis satu-satunya, Risma Reva Lianti yang senantiasa menjadi pelengkap dinamika penulis. Skripsi ini penulis persembahkan juga untukmu. *Don't grow up too fast, kiddo!*
3. Teman-teman MJRA, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang selalu diberikan dalam suka maupun duka selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
4. *Last but not least*, Lembar persembahan ini didedikasikan kepada diri saya sendiri, Retno Iswanti. Terima kasih atas kapasitas intelektual, ketahanan mental, serta kemampuan adaptasi yang luar biasa dalam menavigasi setiap dinamika, tekanan, dan ketidakpastian akademis. Keberhasilan menyelesaikan seluruh rangkaian riset ini hingga mencapai titik kalkulasi akhir adalah validasi nyata atas dedikasi dan kapabilitas yang ada di dalam dirimu. *You managed it masterfully.*

## ABSTRAK

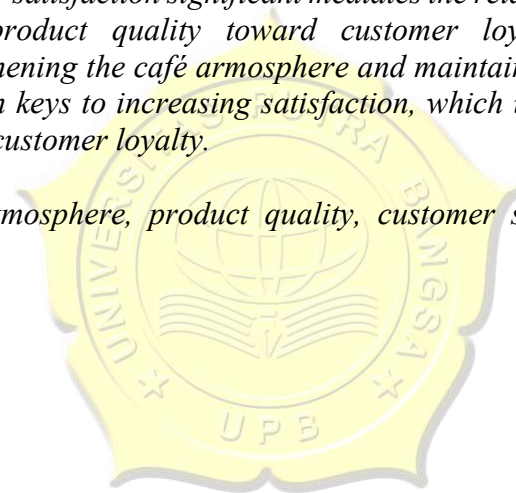
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *café atmosphere* dan *product quality* terhadap *customer satisfaction*, serta dampaknya terhadap *customer loyalty* baik secara langsung maupun tidak langsung melalui *customer satisfaction* sebagai variabel intervening pada Kafe Teman Hati Kebumen. Menggunakan metode kuantitatif, sampel sebanyak 100 responden diambil melalui teknik *purposive sampling* dengan kriteria konsumen yang telah melakukan kunjungan minimal tiga kali dalam enam bulan terakhir. Data dikumpulkan via kuesioner dan dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) melalui *software* SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *café atmosphere* dan *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Selain itu, hasil pengujian juga membuktikan bahwa *café atmosphere* dan *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*. Lebih lanjut, hasil analisis mediasi membuktikan bahwa *customer satisfaction* secara signifikan mampu memediasi pengaruh *café atmosphere* dan *product quality* terhadap *customer loyalty*. Kesimpulannya, penguatan suasana café dan kualitas produk secara konsisten menjadi kunci utama dalam meningkatkan kepuasan yang pada akhirnya berhasil membangun loyalitas konsumen jangka Panjang.

**Kata kunci:** *café atmosphere, product quality, customer satisfaction, customer loyalty*

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effects of café atmosphere and product quality on customer satisfaction, as well as their direct and indirect impacts on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable at Kafe Teman Hati Kebumen. Using a quantitative method, a sample of 100 respondents was selected through purposive sampling technique, with the criteria of customers who had visited at least three times within the last six months. Data were collected via questionnaires and analyzed using the Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) method through SmartPLS 4.0 software. The results of the study indicate that café atmosphere and product quality have a positive and significant effect on customer satisfaction. In addition, the test results also prove that café atmosphere and product quality have a direct, positive, and significant effect on customer loyalty. Furthermore, customer satisfaction was found to have a positive and significant effect on customer loyalty. Moreover, the mediation analysis proves that customer satisfaction significant mediates the relationship between café atmosphere and product quality toward customer loyalty. In conclusion, consistently strengthening the café atmosphere and maintaining excellent product quality are the main keys to increasing satisfaction, which ultimately succeeds in building long-term customer loyalty.*

**Keywords:** *café atmosphere, product quality, customer satisfaction, customer loyalty*



## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa menyertai langkah penulis, sehingga skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Café Atmosphere dan Product Quality* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening pada *Café Teman Hati Kebumen*” dapat terselesaikan dengan baik.**

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Jurusan Manajemen di Universitas Putra Bangsa Kebumen. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat berbagai kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan waktu, kemampuan, serta pengetahuan yang dimiliki. Meskipun demikian, penulis telah berupaya semaksimal mungkin dengan memanfaatkan kemampuan yang ada serta mendapatkan arahan dan bimbingan dari dosen pembimbing sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa terima kasih penulis ingin menyampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Terima kasih kepada Ibu Feby Evelyn, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan serta bimbingan yang sangat berharga. Ketelitian ilmu yang ibu berikan tidak

hanya membantu penyelesaian skripsi ini, tetapi juga memberikan perspektif baru bagi penulis dalam berpikir kritis.

2. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Putra Bangsa.
3. Bapak Parmin, S.E., M.M. selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa
4. Bapak dan ibu dosen serta staf dan karyawan Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan ilmu, bantuan, serta pelayanan selama penulis menempuh pendidikan.
5. Kedua orang tua, keluarga, serta orang-orang terdekat yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi, dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Pemilik dan seluruh karyawan Café Teman Hati yang telah memberikan izin serta membantu penulis dalam proses pelaksanaan penelitian.
7. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
8. Teman-teman Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan dukungan, semangat, serta kebersamaan selama proses penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kesalahan dan ketidaksempurnaan yang terdapat dalam karya tulis ini. Penulis berharap semoga

skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menjadi referensi yang berguna bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 20 April 2026

Penulis,



Retno Iswanti

NIM 225504983



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR .....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Manfaat Penelitian.....	14
1.5.1. Manfaat Teoritis .....	14
1.5.2. Manfaat Praktis .....	14

BAB II.....	15
KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1. Tinjauan Teori .....	15
2.1.1. <i>Café Atmosphere</i> .....	15
2.1.2. <i>Product Quality</i> .....	24
2.1.3. <i>Customer Loyalty</i> .....	31
2.1.4. <i>Customer Satisfaction</i> .....	33
2.2. Penelitian Terdahulu.....	39
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	46
2.3.1. Hubungan Antara <i>Café Atmosphere</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> .....	46
2.3.2. Hubungan Antara <i>Product Quality</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> .....	47
2.3.3. Hubungan Antara <i>Cafe Atmosphere</i> dengan <i>Customer Loyalty</i> .	47
2.3.4. Hubungan Antara <i>Product Quality</i> dengan <i>Customer Loyalty</i> ...	48
2.3.5. Hubungan Antara <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Customer Loyalty</i> .....	49
2.3.6. Hubungan <i>Café Atmosphere</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	49
2.3.7. Hubungan <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	50
2.4. Model Empiris.....	50
2.5. Hipotesis.....	51
BAB III .....	53
METODE PENELITIAN.....	53
3.1. Objek dan Subjek Penelitian .....	53

3.1.1.	Objek Penelitian.....	53
3.1.2.	Subjek Penelitian.....	53
3.2.	Variabel Penelitian .....	54
3.2.1.	Variabel Independen .....	54
3.2.2.	Variabel Intervening.....	55
3.2.3.	Variabel Dependen.....	55
3.3.	Definisi Operasional Variabel .....	55
3.3.1.	<i>Customer Loyalty</i> (Y2).....	56
3.3.2.	<i>Customer Satisfaction</i> (Y1).....	56
3.3.3.	<i>Café Atmosphere</i> (X1).....	57
3.3.4.	<i>Product Quality</i> (X2) .....	58
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	58
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.5.1.	Jenis Data .....	60
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.6.	Populasi dan Sampel .....	63
3.6.1.	Populasi.....	63
3.6.2.	Sampel.....	64
3.7.	Teknik Analisis.....	66
3.7.1.	Analisis Deskriptif .....	66
3.7.2.	Analisis Statistik .....	66
BAB IV	.....	73
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	.....	73
4.1.	Analisis Deskriptif.....	73
4.1.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	74

4.1.2.	Data Profil Responden .....	76
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan usia.....	76
4.1.4.	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	77
4.1.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi .....	77
4.2.	Analisi Stastistik.....	78
4.2.1.	Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	78
4.2.2.	Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	86
4.2.3.	Pengujian Hipotesis.....	87
4.2.4.	Pengujian Keباikan dan Kecocokan Model .....	93
4.3.	Pembahasan .....	96
4.3.1.	Pengaruh <i>Café Atmosphere</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	97
4.3.2.	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	98
4.3.3.	Pengaruh <i>Café Atmosphere</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	99
4.3.4.	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	100
4.3.5.	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> ...	102
4.3.6.	Pengaruh <i>Café Atmosphere</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	103
4.3.7.	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	105
BAB V	.....	107
SIMPULAN	.....	107
5.1.	Simpulan.....	107
5.2.	Keterbatasan .....	108
5.3.	Implikasi .....	109
5.3.1.	Implikasi Praktis .....	110

5.3.2. Implikasi Teoritis .....	112
DAFTAR PUSTAKA .....	116
LAMPIRAN.....	120



## DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Hasil Observasi Café yang Sering Dikunjungi Masyarakat Kebumen .	5
Tabel I- 2 Observasi Faktor Yang Mempengaruhi <i>Customer Loyalty</i> Teman Hati di Kebumen .....	7
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu .....	44
Tabel III- 1 Indikator <i>Customer Loyalty</i> pada Kuesioner .....	56
Tabel III- 2 Indikator <i>Customer Satisfaction</i> pada Kuesioner .....	57
Tabel III- 3 Indikator <i>Café Atmosphere</i> pada Kuesioner .....	58
Tabel III- 4 Indikator <i>Product Quality</i> pada Kuesioner .....	58
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	76
Tabel IV-2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	77
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi.....	77
Tabel IV-4 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Variabel <i>Cafe Atmosphere</i> .....	80
Tabel IV-5 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Variabel <i>Product Quality</i> .....	80
Tabel IV-6 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	81
Tabel IV-7 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	81
Tabel IV-8 Hasil Uji <i>Convergent Validity Avarage Variance Extracted (AVE)</i> ..	82
Tabel IV-9 Hasil Uji <i>Discriminant Validity Cross Loading</i> .....	83
Tabel IV-10 Hasil Uji <i>Discriminant Validity Fornell-Larcker Criterion</i> .....	84
Tabel IV- 11 Hasil Uji Reliabilitas .....	86
Tabel IV-12 Hasil R Square .....	87
Tabel IV-13 Hasil Uji Hipotesis <i>Path Coefficients</i> .....	89
Tabel IV-14 Hasil Uji Hipotesis <i>Specific Indirect Effect</i> .....	92
Tabel IV-15 Model Fit .....	94
Tabel IV-16 Hasil <i>GoF Index</i> .....	96

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Model Empiris .....	51
Gambar IV- 1 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> .....	79
Gambar IV- 2 Hasil Uji Hipotesis.....	88



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian .....	120
Lampiran II Data Responden .....	125
Lampiran III Tabulasi Data.....	129
Lampiran IV Nilai Outer Loading.....	132
Lampiran V Cronbach's Alpha, Composite Reliability & Average Variance Extracted (AVE) .....	133
Lampiran VI Nilai Cross Loading.....	134
Lampiran VII Nilai R-Square.....	135
Lampiran VIII Path Coefficient .....	136
Lampiran IX Kartu Konstulasi Bimbingan Skripsi.....	137
Lampiran X Kartu Peserta Seminar Proposal Skripsi.....	138

