

**PENGARUH *ATMOSPHERE CAFFE* DAN *ONLINE
CUSTOMER REVIEW* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DIMENSI COFFEE HOUSE,
KOTA BEKASI : PERAN KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

SKRIPSI

Oleh :

**AISYAH DHIYA UTAMI
202110325116**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Atmosphere Caffe* Dan *Online customer review* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimensi Coffee House, Kota Bekasi : Peran Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening.

Nama Mahasiswa : Aisyah Dhiya Utami

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325116

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 05 Februari 2025

Jakarta, 12 Februari 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing I



Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA

NIDN : 0326126102

Pembimbing II



Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

NIDN : 0327037601

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Atmosphere Caffe* Dan *Online customer review* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimensi Coffee House, Kota Bekasi : Peran Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening.

Nama Mahasiswa : Aisyah Dhiya Utami

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325116

Program Studi/ Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 05 Februari 2025

Jakarta, 12 Februrari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim : Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MBA
Penguji : NIDN: 0012016601

Sekretaris : Dr. Muhammad Asif Khan, LLB, MA
Tim Penguji : NIDN: 0303038004

Penguji : Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA
NIDN: 0326126102

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Dovina Navanti, S.T.,M.M
NIDN: 0327037601

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr.Yayan Hendayana,S.E.,M.M.
NIDN: 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa, Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Atmosphere Caffe* dan *Online customer review* terhadap Loyalitas Pelanggan Dimensi Coffee House, Kota Bekasi : Peran Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening”** ini sepenuhnya adalah hasil karya saya sendiri serta tidak mengandung materi dari penulis lain kecuali untuk kutipan yang sudah di cantumkan dengan jelas sesuai pedoman penulisan karya ilmiah. Saya mengizinkan skripsi ini di pinjam dan di gandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 12 Februari 2025

Yang Membuat Pernyataan



Aisyah Dhiya Utami

NPM : 202110325116

ABSTRAK

Aisyah Dhiya Utami (202110325116) Pengaruh *Atmosphere Caffe* dan *Online customer review* terhadap Loyalitas Pelanggan Dimensi Coffee House, Kota Bekasi : Peran Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan teknik pengambilan sampel (*Purposive Sampling*), melibatkan 102 responden yang merupakan pelanggan Dimensi Coffee House yang pernah berkunjung pada bulan Juli 2024. Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.0, dengan pengujian Uji *Outer Model*, Uji *Inner Model*, serta Uji Hipotesis. Hasil penelitian di jelaskan sebagai berikut : 1) *Atmosphere caffe* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. 2) *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. 3) *Atmosphere caffe* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan. 4) *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 5) Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan. 6) *Atmosphere Caffe* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan konsumen 7) *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan konsumen.

Kata Kunci : *Atmosphere Caffe*, *Online customer review*, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

Aisyah Dhiya Utami (202110325116) The Influence of Café Atmosphere and Online customer review on Customer Loyalty at Dimensi Coffee House, Bekasi City: The Role of Customer Satisfaction as an Intervening Variable. The research employs a quantitative method with a purposive sampling technique, involving 102 respondents who were customers of Dimensi Coffee House and had visited the café in July 2024. Data analysis was conducted using SmartPLS 4.0 software, including Outer Model Testing, Inner Model Testing, and Hypothesis Testing. The research findings are as follows: 1) Café Atmosphere has a positive and significant effect on Customer Satisfaction. 2) Online customer review has a positive and significant effect on Customer Satisfaction. 3) Café Atmosphere has a positive and significant effect on Customer Loyalty. 4) Online customer review has a positive and significant effect on Customer Loyalty. 5) Customer Satisfaction has a positive and significant effect on Customer Loyalty. 6) Atmosphere has a positive and significant effect on Customer Loyalty through Customer Satisfaction. 7) Online customer review has a positive and significant effect on Customer Loyalty through Customer Satisfaction.

Keywords: Coffee Shop Atmosphere, Online customer reviews, Customer Loyalty, Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Atmosphere Caffe* dan *Online customer review* terhadap Loyalitas Pelanggan Dimensi Coffee House, Kota Bekasi : Peran Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening”**

Penulisan ini dilakukan guna memenuhi tugas akhir sebagai syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam penulisan skripsi ini, tak lepas dari kekurangan, keterbatasan dalam menyampaikan teori, dan ketidaksempurnaan. Maka, penulis dibantu berbagai pihak yang membimbing, memberi dukungan, doa, dan material yang sangat bermanfaat bagi penulis. Maka dari itu, dengan segala hormat dan dari lubuk hati terdalam penulis menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada :

1. Irjen. Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., M.M., Ph.D., D.Crim (HC) Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah bersedia untuk membimbing dan memberi arahan dalam penulisan skripsi sampai selesai.
4. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M. Selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, serta selaku Dosen pembimbing 2 Skripsi yang telah membimbing dan membantu dalam penulisan skripsi hingga selesai.
5. M Fadhli Nursal, SE., MM Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu membimbing dan menjadi orang tua saya di kampus selama ini. Semoga Bapak dan keluarga selalu dalam lindungan Allah SWT.

6. Teruntuk Mama tercinta Puspa Dewi Suis dan Papa tercinta Kurniawan Azizi yang selalu mendoakan dan memberikan kasih sayang kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Bintang Asri Yudha Pradana yang telah meluangkan waktu dan memberikan *support* kepada penulis dalam menemani penyelesaian skripsi ini.
8. Kepada Sabrina Setya Kinasti, Desy Puspita sari, Adinda Dwi Nurul Aulia, Syifa Fauziah, Alma Khairani, Putri Disty Kholipah, dan seluruh teman seperjuangan yang telah memberikan *support* kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Penulisan skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan terbatasnya dalam penyampaianya. Maka, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran agar lebih baik di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan ilmu dan manfaat bagi berbagai pihak.

Jakarta, 12 Februari 2025



Aisyah Dhiya Utami
NPM : 202110325116

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	15
2.1 Loyalitas pelanggan.....	15
2.1.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	15
2.1.2 Faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	16
2.1.3 Indikator Loyalitas pelanggan	17
2.2 Kepuasan Konsumen.....	19
2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	19
2.2.2 Dimensi Kepuasan Konsumen.....	21
2.2.3 Indikator Kepuasan Konsumen.....	22
2.3 <i>Atmosphere Caffé</i>	25
2.3.1 Pengertian <i>Atmosphere Caffé</i>	25
2.3.2 Faktor yang mempengaruhi <i>Atmosphere Caffé</i>	26
2.3.3 Indikator <i>Atmosphere Caffé</i>	27
2.4 <i>Online customer review</i>	28
2.4.1 Pengertian <i>Online customer review</i>	28

2.4.2	Faktor yang mepengaruhi Online customer review	30
2.4.3	Indikator Online customer review	31
2.5	Telaah Empiris	31
2.6	Kerangka Konseptual	34
2.7	Hipotesis	35
2.8	Pengaruh antara Variabel	36
2.8.1	Pengaruh Atmosphere Caffe terhadap Kepuasan konsumen	36
2.8.2	Pengaruh Online customer review terhadap Kepuasan Konsumen	36
2.8.3	Pengaruh Atmosphere Caffe terhadap Loyalitas Pelanggan	37
2.8.4	Pengaruh Online customer review terhadap Loyalitas Pelanggan	37
2.8.5	Pengaruh Kepuasan konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan	38
2.8.6	Pengaruh Atmosphere Caffe terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Konsumen	38
2.8.7	Pengaruh Online customer review terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Konsumen	39
BAB III METODE PENELITIAN		40
3.1	Desain Penelitian	40
3.2	Populasi dan Sampel	41
3.3	Jenis dan Sumber Data	42
3.4	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya	42
3.5	Metode Analisis data dan Pengujian Analisis	46
3.5.1	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	46
3.5.2	Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	48
3.5.3	Rancangan Uji Hipotesis	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Gambaran Umum	52
4.1.1	Profil Brand	52
4.1.2	Sejarah Singkat Dimensi Coffee House	53
4.1.3	Visi dan Misi Perusahaan Dimensi Coffee House	54
4.2	Diskripsi Data	55
4.2.1	Penyebaran dan Pengumpulan Kuisioner	55
4.2.2	Identitas Responden	55
4.3	Hasil Analisis Data	57
4.3.1	Skema Model Partial Least Square	57
4.3.2	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	57

4.3.3	Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	63
4.3.4	Pengujian Uji Hipotesis	71
4.4	Pembahasan	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		84
5.1	Kesimpulan.....	84
5.2	Implikasi Manajerial.....	86
5.3	Keterbatasan Penelitian	89
5.4	Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA		92
LAMPIRAN		102



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Suasana Caffe Dimensi Coffee House Dengan Kopi.....	8
Tabel 2. 1 Telaah Empiris.....	31
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	44
Tabel 3. 2 Skala Likert	46
Tabel 4. 1 Karakteristik Dengan Ketentuan Usia.....	55
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan.....	56
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Waktu Kunjungan	57
Tabel 4. 4 Hasil <i>Outer Loading</i>	59
Tabel 4. 5 <i>Average Variance (AVE)</i>	60
Tabel 4. 6 Hasil <i>Internal Consistency Reliability</i>	61
Tabel 4. 7 Hasil <i>Cross Loading</i>	62
Tabel 4. 8 Hasil R-Square	64
Tabel 4. 9 Hasil Effect Size (F-Square)	65
Tabel 4. 10 Hasil Q-Square.....	66
Tabel 4. 11 Hasil <i>Path Coefficient</i> (Korelasi Jalur)	67
Tabel 4. 12 Hasil <i>Specific Indirect Effect</i> (Analisis Mediasi).....	70
Tabel 4. 13 Hasil Ringkasan Pembahasan	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendapatan Dimensi Coffee House periode Juli 2023 - Juli 2024.....	2
Gambar 1.2 Jumlah Kunjungan Periode Juli 2023 - Juli 2024	4
Gambar 1.3 Alasan seseorang memilih untuk berkunjung ke Coffee Shop	5
Gambar 1.4 Faktor Dominan yang mempengaruhi Loyalitas pelanggan	7
Gambar 1.5 Ulasan pada <i>Google Review</i> Dimensi Coffee House 2024	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 4.1 Logo Dimensi Coffee House.....	52
Gambar 4.2 <i>Outer Model</i>	57
Gambar 4.3 <i>Inner Model</i>	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Uji Plagiarisme	103
Lampiran 2 : Gambar Uji Plagiarisme Turnitin.....	104
Lampiran 3 : Uji Refrensi Skripsi	126
Lampiran 4: Kuisioner Penelitian.....	139
Lampiran 5 : Tabulasi Data.....	144
Lampiran 6 : Output PLS	150
Lampiran 7 : Daftar Riwayat Hidup.....	151

