

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
PADA KONSUMEN MR. DIY CANDI SIDOARJO**

SKRIPSI

Oleh:

RISKA DYTA TRIAS ANDINI

NIM : 08010321026



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

2025

PERNYATAAN

PERNYATAAN

Saya, Riska Dyta Trias Andini, 08010321026, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebut nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 28 Oktober 2024



Riska Dyta Trias Andini
NIM. 08010321026

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Surabaya, 28 Mei 2025

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'H' followed by a vertical line and a small flourish.

Hanafi Adi Putranto S.Si. SE. M.Si.

NIP. 198209052015031002

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA KONSUMEN MR. DIY CANDI SIDOARJO**

Diajukan Oleh:
RISKA DYTA TRIAS ANDINI
NIM. 08010321026

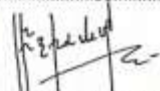
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
tanggal 18 Juni 2025 dan dinyatakan Memenuhi Syarat untuk diterima

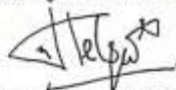
Susunan Dewan Penguji

1. Hanafi Adi Putranto S.Si. SE. M.Si.
NIP. 198209052015031002
(Penguji 1)
2. Dr. Hj. Fatmah, S.T., M.M.,
NIP. 197507032007012020
(Penguji 2)
3. Helmina Ardyanfitri, M.M
NIP. 199407282019032025
(Penguji 3)
4. Siti Kalimah, M.Sy
NIP. 198707272022032001
(Penguji 4)

Tanda Tangan:









Surabaya, 18 Juni 2025

Dekan,



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.,
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PUBLIKASI



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Riska Dyta Trias Andini
NIM : 08010321026
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
E-mail address : riskadyta23@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....) yang berjudul :

Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Ada Konsumen Mr. Diy Candi Sidoarjo

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 29 Juli 2025

Penulis

(Riska Dyta Trias Andini)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Store atmosphere* dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi di MR. DIY Candi Sidoarjo dengan menggunakan populasi yaitu warga yang berdomisili Sidoarjo

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara menyebar kuesioner secara online dengan menggunakan link google form, dengan menggunakan teknik *snowball sampling*, yaitu metode pengambilan sampel secara acak kepada responden. Kuesioner diolah menggunakan alat analisis Smart PLS versi 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, *Store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, *Store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Saran bagi peneliti selanjutnya, untuk karakteristik responden saat penyebaran kuisisioner sebaiknya dapat memperluas cakupan usia, karena pada penelitian ini hanya menggunakan usia Gen Z yaitu 17-28 tahun. Selain itu, penelitian ini memiliki keterbatasan pada objek yang hanya berfokus pada konsumen MR. DIY di wilayah Candi Sidoarjo. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan lokasi penelitian ke kota atau daerah lain agar hasil yang diperoleh dapat lebih mewakili kondisi secara umum di berbagai wilayah.

Kata Kunci : *Store atmosphere*, Harga, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Store atmosphere and price on customer loyalty with customer satisfaction as a mediating variable at MR. DIY Candi Sidoarjo using a population of residents domiciled in Sidoarjo.

Data collection in this study was carried out by distributing questionnaires online using a google form link, using the snowball sampling technique, which is a random sampling method for respondents. The questionnaire was processed using the Smart PLS version 4.0 analysis tool.

The results showed that Store atmosphere did not have a significant effect on customer loyalty, price had a significant effect on customer loyalty, Store atmosphere had a significant effect on customer satisfaction, price had a significant effect on customer satisfaction, customer satisfaction had a significant effect on customer loyalty, Store atmosphere had a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction and price had a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction.

Future research suggestions, for the characteristics of respondents when distributing questionnaires, it is better to expand the age range, because this study only used Gen Z age, namely 17-28 years. In addition, this study has limitations on objects that only focus on MR. DIY consumers in the Candi Sidoarjo area. Therefore, further researchers are advised to expand the scope of the research location to other cities or areas so that the results obtained can better represent general conditions in various regions.

Keywords: *Store atmosphere, Price, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

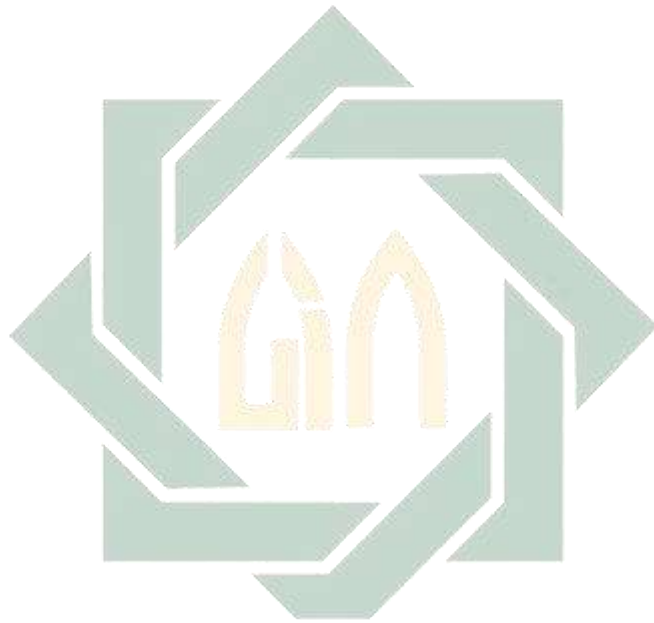
UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Praktis.....	12
1.4.2 Manfaat Teoritis	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 <i>Grand Theory</i>	14
2.1.1 <i>Consumer Behavior Theory</i>	14
2.1.2 Teori Pemasaran Relasioanl	16
2.2 <i>Store atmosphere</i>	17
2.3 Harga (<i>Price</i>)	18
2.4 Loyalitas Pelanggan (<i>Consumer Loyalty</i>)	20
2.5 Kepuasan Pelanggan (<i>Consumer Satisfaction</i>).....	21
2.6 Penelitian Terdahulu	22
2.7 Kerangka Teoritis	28
2.8 Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	37
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	37

3.3.1 Populasi Penelitian.....	38
3.3.2 Sampel Penelitian	38
3.4 Variabel Penelitian.....	40
3.4.1 Variabel Independen	41
3.4.2 Variabel Dependen	41
3.4.3 Variabel Mediasi	41
3.5 Definisi Operasional.....	41
3.6 Data dan Sumber Data.....	44
3.6.1 Sumber data Primer	44
3.6.2 Sumber data sekunder.....	45
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.7.1 Kuisioner.....	46
3.8 Teknik Analisis Data.....	46
3.8.1 Pengujian Model Measurement (<i>Outer model</i>)	48
3.8.2 Pengukuran Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Duta Intiguna Yasa	52
4.1.2 Lokasi Penelitian.....	53
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	53
4.2.1 Karakteristik Responden.....	53
4.2.2 Hasil Jawaban Responden	56
4.3 Analisis Model.....	60
4.3.1 <i>Outer Model</i>	61
4.3.2 <i>Inner Model</i>	67
4.4 Pembahasan	74
4.4.1 Pengaruh <i>Store atmosphere</i> terhadap Loyalitas pelanggan	74
4.4.2 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	77
4.4.3 Pengaruh <i>Store atmosphere</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	79
4.4.4 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	82
4.4.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	84
4.4.6 Pengaruh <i>Store atmosphere</i> terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	86
4.4.7 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	89

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran	93
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	93
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan Gerai MR.DIY 2020-2025.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	28
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan	52
Gambar 4. 2 Model Structural.....	61
Gambar 4. 3 Output Calculate Algorithm Keseluruhan	62

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kajian Pustaka.....	22
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	42
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert	46
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	54
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	55
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	56
Tabel 4. 4 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Store atmosphere</i>	57
Tabel 4. 5 Hasil Jawaban Responden Variabel Harga.....	58
Tabel 4. 6 Hasil Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan	59
Tabel 4. 7 Hasil Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan	60
Tabel 4. 8 Uji Validitas Konvergen	63
Tabel 4. 9 Nilai Average Variance Extracted.....	64
Tabel 4. 10 Nilai Cross Loading	65
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel 4. 12 Hasil Uji R-Square	67
Tabel 4. 13 Hasil Path Coefficients (Mean, STDEV, <i>T-statistics</i> , P Values).....	69
Tabel 4. 14 Hasil Specific Indirect Effect (Mean, STDEV, TStatistics, <i>P-values</i>)	72

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, M. S. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Jurnal Ilmiah Multi Science*, 13(1), 24–34. <https://doi.org/10.52657/jiem.v13i1.1730>
- Agustina, E., Lie, D., Butarbutar, M., & Nainggolan, N. T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. *Maker: Jurnal Manajemen*, 5(1), 38–49. <https://doi.org/10.37403/maker.v5i1.106>
- Ahror, U. A., & Soekotjo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Caffé Milkmoos. *Jurnal Riset dan Ilmu Manajemen*, 6(3), 1–20.
- Alam, M., & Bilal, H. (2021). *The Influence of Service Quality , Price and Environment on Customer Loyalty in the Restaurant ' s Industry: The Mediating Role of Customer Satisfaction*. 7(1), 143–154. <https://doi.org/10.26710/jafee.v7i1.1587>
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Fifin Anggraini Anindhyta Budiarti Abstrak Pengaruh Harga , Promosi , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 08, 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Aprileny, I., & Novyarni, N. (2020). *Effect of Service Quality , Product Quality , and Price on Consumer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty at Bekasi Branch Superindo Supermarket*. 132(AICMaR 2019), 160–164. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200331.035>
- Apriyadi, A., Muslihat, A., & Siregar, S. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Limasan. *Forum Ekonomi*, 23(3), 421–430. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>
- Apriyani, T. N., & Ekowati, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Ilmu Manajemen & Kewirausahaan*, 1(5), 161–175.
- Arianto, N., & Febrian. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT GV. *Jurnal Ekonomi Efektif*, Vol. 4(3), 457–464. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JEE/article/view/20135>
- Dewi, P. V. A., Agung, P., & Prayoga, M. S. (2021). Pngaruh Store Atmosphere, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Langkah Coffee). *Jurnal manajemen*, 6, 1–15. <https://doi.org/10.30388/10.30388/emas.v6i1>
- Dewi, T. F., & Mubarak, A. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, dan Harga Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi*, 16(1), 69–94. <https://doi.org/10.24905/permana.v16i1.352>
- Eka Afriana, A., & Sulistyawati, L. (2023). The effect of store atmosphere on customer loyalty at ludic cafe (study on consumers of ludic cafe Kendangsari,

- Surabaya) pengaruh store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan pada Ludic Cafe. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 1614–1627. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i2.1781>
- Elvin Kristin Gulo, P. 2022. (2022). *The Effect of Service Quality, Price, and Promotion on Ojek Online (Case Study on Grab Customers in Tangerang City)*. 20(1), 105–123. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i1.356>
- Farhan, M., & Putra, H. T. (2024). The Influence of Product Quality, Price, and Innovation on Customer Loyalty: A Study of Casio Watches Purchased Online in Cimahi City. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 24(6), 422–436. <https://doi.org/10.9734/ajeaba/2024/v24i61371>
- Gunawan, T., & Handoko, Y. (2017). *Efek Mediasi Kepuasan Pelanggan atas Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere terhadap Loyalitas Pelanggan*. 189–204. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v7i2.3347>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hariyanto, M. D., Yuliana, P., Kamali, S. R., & Sanjaya, V. F. (2024). Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Darussalam Computer Center). *GLOBAL: Jurnal Lentera BITEP*, 2(01), 1–6. <https://doi.org/10.59422/global.v2i01.199>
- Harlina, L., Srikandi, P., & Kusumawati, K. A. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 15(2)*, 1–9.
- Hesti Widyastuti, R. Taufiq Nur Muftiyanto, & Indra Hastuti. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan di Red Chilies Hotel Solo. *Jurnal Pemimpin Bisnis Inovatif*, 1(4), 104–113. <https://doi.org/10.61132/jpbi.v1i4.303>
- Jennifer, J., & Buntu Lailita, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Instan dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 13(2), 184–199. <https://doi.org/10.52643/jam.v13i2.3133>
- Jimanto, R. B., Yohanes, D., Kunto, S., & Si, S. (2014). Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Ritel Bioskop the Premiere Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–7.
- Kartika, Y., Husna, H., Lubis, A., & Mufti, R. D. W. (2023). Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Inovatif: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital dan Kewirausahaan*, 2(1), 35–49. <https://doi.org/10.55983/inov.v2i1.394>
- Kotler, K. (1973). Marketing Management. In *Journal of Marketing* (Vol. 37, Nomor 1). <https://doi.org/10.2307/1250781>
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>

- Kurnia Dewi, L., & Budiarti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada QueenStreetStore Anindhyta Budiarti Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Ilmu dan Riset Manajemen*, 10(5).
- Kurniawan, A., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2022). Pengaruh Kualitas Makanan, Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(1), 355–370. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i1.1215>
- Kusuma, I. G. W., Susila, G. P. A. J., Sumadi, K. E. S., & Yudiaatmaja, F. (2023). *The Influence Of Store Atmosphere , Product Quality , And Service Quality On Customer Satisfaction (Study On Customer Rumah Kopi Nusantara)*. 9(1), 16–21. <https://doi.org/10.23887/bjm.v9i1.58873>
- Lestari, A. B., Musfiana, Ruaida, & Raihani. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Permasi Textile Gampong Baru Banda Aceh. *JED : Jurnal Economica Didactica*, 3(2), 8. <https://doi.org/10.17529/jed.v3i2.30275>
- Listiono, F. I. S., & Sugiarto, S. (2015). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Libreria Eatery Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA*, 1(1), 1–9.
- Liu, Q., Zhao, Y., & Zheng, J. (2022). The Analysis on the Influence of Customer Satisfaction and Promotional Activities on Consumer Loyalty. *Proceedings of the 2022 7th International Conference on Social Sciences and Economic Development (ICSSSED 2022)*, 652(Icssed), 569–575. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220405.094>
- Manalu, A. B., & Changreani, E. (2023). The Influence of Sales Promotion and Shopping Lifestyle on Impulsive Buying Behavior of Mr DIY in Palembang City. *Journal of Business Economics and Agribusiness*, 1(2), 1–11. <https://doi.org/10.47134/jbea.v1i2.77>
- Maria Wijaya, C. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Pada MR. DIY Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 12(2), 281–291. <https://doi.org/10.35957/forbiswira.v12i2.4714>
- Marsudi, E., & Putra, Y. E. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Store H&M Di Mall Kelapa Gading. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(1), 72–81.
- Miswanto, M., & Angelia, Y. R. (2017). the Influence of Service Quality and Store Atmosphere on Customer Satisfaction. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 19(2), 106–111. <https://doi.org/10.9744/jmk.19.2.106-111>
- Muhammad, F., Anton, P., & Setyawan, A. (2023). *SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening*. 6(2), 254–262. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i2.6266>
- Mustaqim, A. H., Adinata, Y. F., Suryani, A., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Store Athmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada

- Cafe Notiz Hut. *Journal For Management Student (JFMS)*, 2(3), 12–20. <https://doi.org/10.57084/jmb.v5i1.1352>
- Nia Rohmatin, N. (2017). Hubungan Relationship Marketing, Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty. *Kompetensi*, 11(2), 196–209. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v11i2.3531>
- Nurmaulidiyah, Rachma, N., & Rahman, F. (2021). Pengaruh Harga, Suasana toko, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *e-Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 38–51.
- Pertiwi, D. K., Rahadhini, M. D., Rahadhini, M. D., Susanti, R., & Susanti, R. (2020). Analisis Pengaruh Store Atmosphere Dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Pelanggan O'Pallet Cafe Boyolali). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 20(1), 1–14. <https://doi.org/10.33061/jeku.v20i1.4362>
- Putra, I. M. B. P., & Wimba, I. G. A. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pizza Hut Cabang Gatot Subroto Denpasar. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 1(2), 744–756.
- Raditya Satrya, M. A., & Sayang Telagawathi, N. L. W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan KFC. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2), 236. <https://doi.org/10.23887/bjm.v7i2.32134>
- Rahadi, D. R. (2023). Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM) 2023. *CV. Lentera Ilmu Madani*, Juli, 146.
- Rendiansyah, & Putra, H. T. (2024). The Influence of Service Quality and Price on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable: Study of Indomaret in Bandung Raya. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 24(2), 14–28. <https://doi.org/10.9734/ajeba/2024/v24i21216>
- Rijali, N. F., & Rahmawati, E. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Owners Store Tanjung Tabalong. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 11(1), 43. <https://doi.org/10.20527/jbp.v11i1.13123>
- Rizki, A., Amalia, Ngesti, R., Sedyati, & Zulianto, M. (2023). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 4(1), 275–281. <https://doi.org/10.37058/prospek.v4i1.8483>
- Sari, D. A., & Mayasari, D. A. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 108–115.
- Sari Wijayanti, Bisma Reza, Toat Nur, M. I. (2024). *Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan di Café Njajan.Co*. 54–70.
- Sebastian, J. J., Bisnis, M., Bisnis, F. E., Brawijaya, U., Pradana, B. I., Bisnis, F. E., & Brawijaya, U. (2023). *Pengaruh Store Dan Price Fairness Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi*. 02(3), 768–781.
- Sihombing, P. R., & Arsani, A. M. (2022). *Aplikasi SmartPLS Untuk Statistisi Pemula (A. Rasyid (ed.) (Nomor March)*.

- Sugiyono. (2016). *METODE PENELITIAN KUALITATIF KUANTITATIF DAN R&D*.
- Suharyanto, S., & Damayanti, V. B. (2022). *The Effect Of E-Service Quality And Price On Customer Loyalty With Customer Sastisfaction As Mediating Variable (A Case Study On Webinar Service In Indonesian Clinical Training & Education Center (ICTEC) RSCM FKUI).* 3(5), 861–876. <https://doi.org/10.31933/dijms.v3i5.1226>
- Tjiptono, Sulaiman, E., Rahmawan, G., Ridwan, M., Hastutik, S., Poltak, H., & Sangadji, S. S. (2020). *Manajemen Pemasaran. Cv. Media Sains Indonesia, 1*, 1–38. www.penerbit.medsan.co.id
- Violani, V., & Albari, A. (2023). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Loyalty at Skuy Burgerin Shop in Bukittinggi with Customer Satisfaction as Mediation Variable. *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 06(03), 1153–1161. <https://doi.org/10.47191/ijmra/v6-i3-37>
- Wasiman, recit pernada. (2019). *Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Alfamart Tiban Tiga Sekupang Kota Batam. 5*.
- Wicaksana, A. (2016). Kajian Teori Perilaku Konsumen. *UIN Suska Riau*, 9–34. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Wijaya, I. P. S. A., & Nurcaya, I. N. (2017). Kepuasan Pelanggan Memediasi Kualitas Produk dan Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Merek McDonalds di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1534–1563.
- Wono, H. Y., Angela, M., & Reinald, M. I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen CV Saga Selaras Pratama. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 8(1), 51. <https://doi.org/10.12928/channel.v8i1.15119>

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A