

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SUASANA  
TOKO TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING PADA KOPERASI PONDOK  
PESANTREN NAFAKAH BATUPORO TIMUR  
KEDUNGDUNG SAMPANG**

Moh. Zumri<sup>1)</sup>, Bambang Raditya Purnomo<sup>2)</sup>

Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Dr. Soetomo Surabaya  
Jalan Semolowawu no 84 Surabaya, Indonesia  
Email : [subiyantogusbi69@gmail.com](mailto:subiyantogusbi69@gmail.com)

English Title: THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND STORE ATMOSPHERE ON  
CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING  
VARIABLE IN THE NAFAKAH BATUPORO EAST BATUPORO BOARDING SAMPANG  
BOARDING COOPERATION, SAMPANG

---

**Abstrak** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayankepuasan kerja sebagai variabel intervening. Objek penelitian adalah konsumen Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang dengan jumlah sampel 115 orang. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah motede penelitian kuantitatif. Teknik analisa yang digunakan adalah dengan tektik Partial Least Square (PLS) dengan uji validitas, uji reliabilitas, serta uji hipotesis. Hasil penelitian membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang. Suasana Toko berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang. Suasana Toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang. Kualitas Pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang. Suasana Toko berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan; Suasana Toko; Loyalitas Pelanggan; Kepuasan Pelanggan.

**Abstract** *This study aims to analyze the influence of service quality and store ambience on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable at Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang. The research subjects were the customers of Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang with sample of 115 people. The research method used in this study is a quantitative research method. The analytical technique used is Partial Least Square (PLS) with validity test, reliability test, and hypothesis test. The results of the study prove that service quality has a significant effect on customer satisfaction at Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang. Store ambience has a significant effect on customer satisfaction at Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang. Service quality has a positive and significant effect on customer loyalty at Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang. Store ambience has a positive and significant effect on customer loyalty at Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang. Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty at Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang. Service quality has no significant effect on customer loyalty through customer satisfaction at Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang. Store ambience has a significant effect on customer loyalty through customer satisfaction at Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang.*

**Keywords:** *Service Quality; Store Ambience; Customer Loyalty; Customer Satisfaction.*

## **PENDAHULUAN**

Pertumbuhan industri ritel di Indonesia semakin pesat seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk dan pertumbuhan ekonomi yang stabil. Hal ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat di antara toko-toko minimarket yang ada. Loyalitas pelanggan adalah kecenderungan atau niat pelanggan untuk terus menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan dan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain (Yunus, E., 2019). Pelanggan yang puas dengan produk atau layanan yang diberikan cenderung lebih mungkin untuk tetap setia dan membeli kembali.

Loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan memiliki keterkaitan yang erat. Zeithaml dan Bitner (2018) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil dari persepsi pelanggan tentang kualitas produk atau jasa, serta perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja sebenarnya. Perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor kualitas pelayanan dan suasana toko dalam menjaga kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Menurut pendapat Sugiyono (2016), kualitas pelayanan adalah suatu kemampuan untuk memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan dalam hal pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan atau organisasi. Pelayanan yang berkualitas akan memberikan kepuasan dan kesan positif kepada pelanggan, sehingga pelanggan akan lebih cenderung untuk mempertahankan loyalitasnya terhadap perusahaan atau organisasi tersebut.

Selain kualitas layanan, faktor lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pada bisnis retail adalah suasana toko. Manajemen yang baik dalam menciptakan suasana toko dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Menurut Julianti dkk., (2014) suasana toko merupakan suatu keadaan atau suasana dari toko yang dimana secara tidak langsung dapat mempengaruhi minat beli dari seorang konsumen atau bisa diartikan suasana toko mempengaruhi perasaan atau mood dari para konsumen yang berkunjung ke toko sehingga mempengaruhi minat untuk melakukan pembelian.

Pada saat awal pendirian Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang tahun 2022 telah melakukan beberapa perbaikan di dalam masalah

pelayanan mulai dari pemesanan secara online melalui via Whatsapp, layanan antar barang gratis di area sekitar toko dan pembayaran dengan sistem Qris. Pengelolaan toko awalnya masih menggunakan alat hitung manual, namun mulai tahun 2023 sudah ditingkatkan dengan menggunakan system Visidata POS (Point of Sales). Selain itu *layout* Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang yang sebelumnya di tahun 2022 menggunakan meja rak kayu, pada tahun 2023 sudah diganti menggunakan rak modern. Namun terjadi penurunan omzet penjualan dan jumlah pembeli antara tahun 2022 dengan tahun 2023 di Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang.

## **KARANGKA TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

### **Kualitas Pelayanan**

kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dengan memberikan layanan yang berkualitas, responsif, dan memuaskan (Tjiptono 2018).

Indikator kualitas pelayanan menurut (Tjiptono 2018), yaitu:

1. *Reliability* (Keandalan).
2. *Responsiveness* (Ketanggapan)
3. *Assurance* (Kepercayaan)
4. *Empathy* (Empati).
5. *Tangibles* (Bukti fisik).

### **Suasana Toko**

Menurut Tjiptono (2019) mengemukakan bahwa suasana toko adalah kesan umum yang dirasakan oleh konsumen saat memasuki toko, meliputi suasana fisik, suasana psikologis, dan suasana sosial.

Indikator Suasana Toko menurut Tjiptono (2019) yaitu:

1. *Layout* dan tata letak produk
2. Pencahayaan dan warna.
3. Aroma dan kebersihan
4. Musik atau suara di dalam toko
5. Keramahan dan kesopanan staf

### **Loyalitas Pelanggan**

Menurut Utami (2018) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah kesediaan pelanggan untuk terus membeli produk atau jasa dari suatu perusahaan karena kepuasan yang diperoleh dari pengalaman sebelumnya dengan perusahaan tersebut.

Indikator Loyalitas Pelanggan menurut Utami (2018) yaitu:

1. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa yang disediakan oleh perusahaan.
2. Tingkat loyalitas pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa perusahaan dalam jangka waktu yang panjang.
3. Tingkat kemungkinan pelanggan untuk merekomendasikan produk atau jasa perusahaan kepada orang lain.

4. Tingkat kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan produk atau jasa yang disediakan.
5. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.
6. Tingkat keterikatan pelanggan terhadap merek atau brand perusahaan.

### Kepuasan Kerja

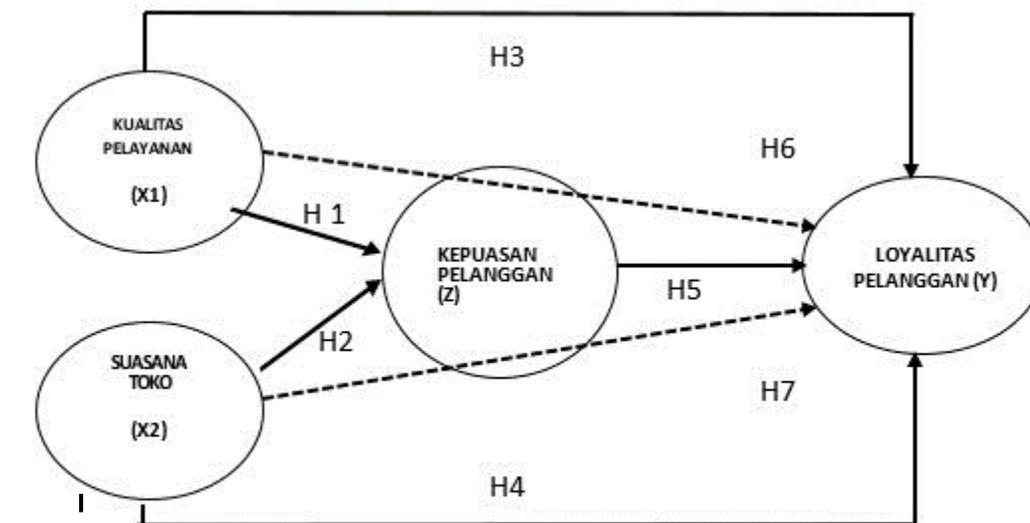
Menurut Rondonuwu (2020) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai suatu evaluasi yang dilakukan oleh konsumen terhadap produk atau jasa yang telah dibeli dengan mempertimbangkan sejauh mana produk atau jasa tersebut memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen.

Indikator Kepuasan Pelanggan menurut Rondonuwu (2020) adalah:

1. Terpenuhinya harapan konsumen
2. Sikap atau keinginan untuk menggunakan produk
3. Merekomendasikan kepada pihak lain
4. Kualitas layanan
5. Loyal
6. Reputasi yang baik
7. Lokasi

### Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual ini bermanfaat untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel independen (X), dependen (Y) dan intervening (Z). Variable independen (X) penelitian ialah kualitas pelayanan (X1) dan suasana toko (X2). Sedangkan variable dependen (Y) ialah loyalitas pelanggan dan variable intervening (Z) ialah kepuasan pelanggan.



Keterangan:

- > = Pengaruh Langsung
- - - - -> = Pengaruh Mediasi

Gambar 1. Kerangka Konseptual

## Hipotesis Penelitian

Hipotesis Penelitian ialah :

- H1 : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang.
- H2 : Diduga suasana toko berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang.
- H3 : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang.
- H4 : Diduga suasana toko berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang.
- H5 : Diduga kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang.
- H6 : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang.
- H7 : Diduga suasana toko berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang.

## MOTODE PENELITIAN

### Identifikasi Variabel dan Pengukurannya

Variable penelitian memakai 4 variabel, antara lain variable independen, dependen dan intervening. Menurut Azwar (2007:62), Variable Bebas (independent) yaitu suatu variable yang variasinya mempengaruhi variabel lain. Menurut Sugiyoyo (2018:39) mengemukakan bahwa variabel terikat (Dependent) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (*Independent*). Menurut Sugiyono (2018:39) variable intervening merupakan variabel penyela/antara yang terletak diantara variabel bebas dan variabel terikat, sehingga variabel bebas tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel terikat. Variable pada penelitian ini yaitu:

- a. Variable independen meliputi kualitas pelayanan dan suasana toko.
- b. Variable dependen meliputi loyalitas pelanggan.
- c. Variable intervening meliputi kepuasan pelanggan.

### Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pembeli di Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang. Adanya populasi yang tidak di ketahui dan tidak terbatas maka Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada teori (Hair *dkk.*, 2014) bahwa banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya indikator pertanyaan yang digunakan pada kuesioner, dengan asumsi  $n \times 5$  *observed variable* (indikator). Dalam penelitian ini jumlah indikator adalah 23 indikator, sehingga jumlah responden yang digunakan adalah 23 item dikali 5 sama dengan 115 responden. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 115 responden konsumen yang telah menjadi pelanggan Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang.

### **Jenis dan Sumber Data**

Penelitian ini memakai data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data atau informasi yang di dapatkan dalam bentuk angka. Dalam bentuk angka ini maka data kuantitatif dapat diproses menggunakan rumus matematika atau dapat juga di analisis dengan system statistic. Sumber data penelitian ialah data primer. Data primer didapatkan dari penyebaran kuesioner ke responden yakni Perangkat Desa Klecorejo Kabupaten Madiun.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik mengumpulkan data melalui interview dan kuesioner. Penelitian ini memakai skala likert pada pengukuran hasil jawaban kuesioner.

### **Motode Analisis**

Metode analisis data yang dipakai ialah Partial Least Squares (PLS). PLS ialah teknik analisis metode baru yang dipelopori Herman World, PLS biasa disebut sebagai soft modeling. Dengan PLS, persamaan struktural dengan ukuran sempel relatif kecil dapat dimodelkan serta asumsi normal multivariate tidak diperlukan. Model pengukuran dipakai dalam pengujian validitas dan reliabilitas alat ukur, dan model struktural dipakai dalam pengujian hubungan kausalitas. Pemodelan jalur PSL di kembangkan sebagai alternatif dari Structural Equation Modeling (SEM) dengan landasan teori yang lemah.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Evaluasi Outer Model**

Evaluasi Outer Model memakai indikator reflektif ditinjau dari *convergent validity*, *discriminant validity* indikator dan *composite reliability* pada blok indikator. Perancangan model pengukuran pada PLS berbasis pada teori dan hasil penelitian empiris yang sebelumnya sudah peneliti jelaskan. Semua model bersifat reflektif dan di buat sebagai diagram jalur.

### **Convergent Validity**

*Convergent validity* dianalisis dengan melihat tabel *outer loadings*. Batas *loading factor* sebesar 0,5. Jika nilai *loading factor* > 0,5 maka *convergent validity* terpenuhi, jika nilai *loading factor* < 0, 5 maka konstruk harus di drop dari analisis (Ghozali, 2016). Berikut ini hasil perhitungan *convergent validity* :

**Tabel 1. Hasil Convergent Validity***Outer loading*

	Kepuasan Pelanggan (Z)	Kualitas Pelayanan (X1)	Loyalitas Pelanggan (Y)	Suasana Toko (X2)	Keterangan
X1.1		0.812			Valid
X1.2		0.918			Valid
X1.3		0.847			Valid
X1.4		0.775			Valid
X1.5		0.888			Valid
X2.1				0.947	Valid
X2.2				0.977	Valid
X2.3				0.828	Valid
X2.4				0.984	Valid
X2.5				0.980	Valid
Y1.1			0.708		Valid
Y1.2			0.964		Valid
Y1.3			0.942		Valid
Y1.4			0.959		Valid
Y1.5			0.932		Valid
Y1.6			0.958		Valid
Z1.1	0.949				Valid
Z1.2	0.921				Valid
Z1.3	0.968				Valid
Z1.4	0.967				Valid
Z1.5	0.911				Valid
Z1.6	0.933				Valid
Z1.7	0.917				Valid

Sumber: Hasil Olah Data Partial Least Square (PLS)

Hasil pengujian pada tabel di atas menunjukkan seluruh *outer loading indicator* konstruk memiliki nilai *loading* > 0.5, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengukuran ini memenuhi validitas konvergen.

***Discriminant Validity***

*Discriminant validity* dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing variabel laten berbeda dengan variabel lainnya. *Discriminant validity* didasarkan pada nilai *cross loading* pengukuran konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka hal ini menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran blok mereka lebih baik daripada ukuran pada blok lainnya (Ghozali, 2016). Berikut ini hasil perhitungan dengan menggunakan *cross loading* :

**Tabel 2. Hasil Discriminant Validity***Cross-Loading*

	Kepuasan Pelanggan (Z)	Kualitas Pelayanan (X1)	Loyalitas Pelanggan (Y)	Suasana Toko (X2)
X1.1	0.266	<b>0.812</b>	0.337	0.421
X1.2	0.335	<b>0.918</b>	0.430	0.449
X1.3	0.302	<b>0.847</b>	0.369	0.396
X1.4	0.388	<b>0.775</b>	0.454	0.270
X1.5	0.253	<b>0.888</b>	0.389	0.285
X2.1	0.479	0.409	0.499	<b>0.947</b>
X2.2	0.513	0.441	0.531	<b>0.977</b>
X2.3	0.421	0.282	0.567	<b>0.828</b>
X2.4	0.513	0.433	0.503	<b>0.984</b>
X2.5	0.524	0.445	0.509	<b>0.980</b>
Y1.1	0.402	0.446	<b>0.708</b>	0.439
Y1.2	0.562	0.416	<b>0.964</b>	0.513
Y1.3	0.563	0.420	<b>0.942</b>	0.501
Y1.4	0.614	0.460	<b>0.959</b>	0.539
Y1.5	0.614	0.435	<b>0.932</b>	0.536
Y1.6	0.553	0.426	<b>0.958</b>	0.495
Z1.1	<b>0.949</b>	0.348	0.592	0.466
Z1.2	<b>0.921</b>	0.387	0.577	0.508
Z1.3	<b>0.968</b>	0.339	0.580	0.467
Z1.4	<b>0.967</b>	0.330	0.571	0.479
Z1.5	<b>0.911</b>	0.333	0.550	0.488
Z1.6	<b>0.933</b>	0.354	0.591	0.507
Z1.7	<b>0.917</b>	0.348	0.526	0.498

Sumber: Hasil Olah Data Partial Least Square (PLS)

Hasil pengujian pada tabel di atas menunjukkan seluruh *outer loading indicator* konstruk memiliki nilai *loading* > 0.5, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengukuran ini memenuhi validitas konvergen.

### Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

#### Composite Reliability

*Composite reliability* blok indikator yang mengukur suatu konstruk dapat dievaluasi dengan nilai *composite reliability* ( $\rho_c$ ). Dimensi dianggap reliabel jika memiliki nilai *composite reliability* ( $\rho_c$ ) diatas 0.7 (Ghozali, 2016). Kriteria *validity* dan reliabilitas juga dapat dilihat dari nilai reliabilitas suatu konstruk.

**Table 3. Hasil Composite Reliability***Composite Reliability*

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Kepuasan Pelanggan (Z)	0.977	0.981
Kualitas Pelayanan (X1)	0.903	0.928
Loyalitas Pelanggan (Y)	0.959	0.968
Suasana Toko (X2)	0.969	0.977

Sumber: Hasil Olah Data Partial Least Square (PLS)

Menurut Ghozali (2016) konstruk dinyatakan reliabel jika nilai *composite reliability* diatas 0,7. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel penelitian dinyatakan memenuhi reliabel atau valid.

**Pengujian Hipotesis**

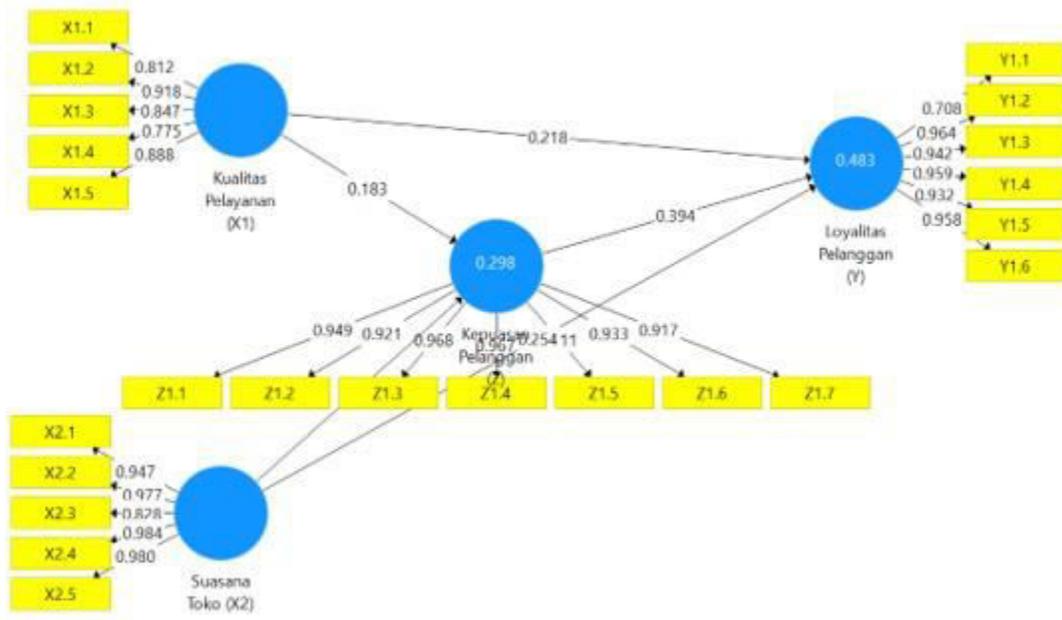
Hasil pengujian hipotesis dilakukan dengan cara melihat *P-value* dan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel, jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan memiliki nilai *P-value* di bawah 0,05 maka hubungan antara variabel signifikan dan dapat dianalisa lebih lanjut. Dengan jumlah data 35, nilai t tabel ( $\alpha = 5\%$ ) sebesar 2.030. Hasil pengujian hipotesis disajikan pada tabel berikut :

**Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis***Path Coefficients*

	Original Sample (O)	T Statistik	P Values	Hasil Hipotesis
Kualitas Pelayanan (X1) -> Kepuasan Pelanggan (Z)	0.394	5.143	0.000	H1 Tidak Ditolak
Suasana Toko (X2) -> Kepuasan Pelanggan (Z)	0.183	1.995	0.047	H2 Tidak Ditolak
Kualitas Pelayanan (X1) -> Loyalitas Pelanggan (Y)	0.218	2.305	0.022	H3 Tidak Ditolak
Suasana Toko (X2) -> Loyalitas Pelanggan (Y)	0.442	4.631	0.000	H4 Tidak Ditolak
Kepuasan Pelanggan (Z) -> Loyalitas Pelanggan (Y)	0.254	2.518	0.012	H5 Tidak Ditolak
Kualitas Pelayanan (X1) -> Kepuasan Pelanggan (Z) -> Loyalitas Pelanggan (Y)	0.072	1.843	0.066	H6 Ditolak
Suasana Toko (X2) -> Kepuasan Pelanggan (Z) -> Loyalitas Pelanggan (Y)	0.174	3.478	0.001	H7 Tidak Ditolak

Sumber: Hasil Olah Data Partial Least Square (PLS).

Berdasarkan tabel, dapat diketahui bahwa dari 7 jalur, terdapat 7 jalur yang menunjukkan pengaruh yang signifikan.



Sumber : Hasil Olah Data Partial Least Square (PLS)

**Gambar 2. Model Bootstrapping**

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil hipotesis yang telah dipaparkan, diketahui bahwa Nilai koefisien jalur (*original sample*) Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) adalah 0,394, yakni bernilai positif, dan t-statistik = 5,143 > 1,92 sedangkan nilai P-Values = 0,00 > 0,05, maka disimpulkan Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Z). Berdasarkan hasil tersebut, maka diperoleh hasil Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Z). Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Tindar (2020) dan Hartono (2018) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### Pengaruh Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil hipotesis yang telah dipaparkan, diketahui bahwa dengan nilai koefisien jalur (*original sample*) Suasana Toko (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) adalah 0,183, yakni bernilai positif, dan t-statistik = 1,995 > 1,92 sedangkan nilai P-Values = 0,047 > 0,05, maka disimpulkan Suasana Toko (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Z). Berdasarkan hasil tersebut, maka diperoleh hasil Suasana Toko (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Z). Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Tindar (2020) yang menunjukkan bahwa suasana toko berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Berdasarkan hasil hipotesis yang telah dipaparkan, diketahui bahwa nilai koefisien jalur (*original sample*) Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) adalah 0,218, yakni bernilai positif, dan  $t\text{-statistik} = 2,305 > 1,92$  sedangkan nilai  $P\text{-Values} = 0,022 < 0,05$ , maka disimpulkan Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Berdasarkan hasil tersebut, maka diperoleh hasil Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Hartono (2018) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

### **Pengaruh Suasana Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Berdasarkan hasil hipotesis yang telah dipaparkan, diketahui bahwa dengan Nilai koefisien jalur (*original sample*) Suasana Toko (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) adalah 0,442, yakni bernilai positif, dan  $t\text{-statistik} = 4,631 > 1,92$  sedangkan nilai  $P\text{-Values} = 0,000 < 0,05$ , maka disimpulkan Suasana Toko (X2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Berdasarkan hasil tersebut, maka diperoleh hasil Suasana Toko (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Syahroni (2020) yang menunjukkan bahwa suasana toko berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

### **Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Berdasarkan hasil hipotesis yang telah dipaparkan, diketahui bahwa Nilai koefisien jalur (*original sample*) Kepuasan Pelanggan (Z) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) adalah 0,254, yakni bernilai positif, dan  $t\text{-statistik} = 2,518 > 1,92$  sedangkan nilai  $P\text{-Values} = 0,012 < 0,05$ , maka disimpulkan Kepuasan Pelanggan (Z) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Berdasarkan hasil tersebut, maka diperoleh hasil Kepuasan Pelanggan (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Hartono (2018) yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil hipotesis yang telah dipaparkan, diketahui bahwa Nilai koefisien jalur (*original sample*) Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z) adalah 0,072, yakni bernilai Positif, dan  $t\text{-statistik} = 1,843 < 1,92$  sedangkan nilai  $P\text{-Values} = 0,066 > 0,05$ , maka disimpulkan Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z). Berdasarkan hasil tersebut, maka diperoleh hasil Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z).

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian dari Tindar (2020) Perbedaan hasil penelitian ini dengan penelitian Tindar (2020) di JM Sukarami Palembang yang melibatkan 170 responden menjadi salah satu factor adanya perbedaan hasil. Penelitian Tindar (2020) menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Perbedaan jumlah responden dan perbedaan lokasi penelitian dapat menjadi faktor yang mempengaruhi perbedaan hasil antara kedua penelitian ini.

## **Pengaruh Suasana Toko terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil hipotesis yang telah dipaparkan, diketahui bahwa Nilai koefisien jalur (*original sample*) Suasana Toko (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z) adalah 0,174, yakni bernilai positif, dan t-statistik = 3,478 > 1,92 sedangkan nilai P-Values = 0,001 > 0,05, maka disimpulkan Suasana Toko (X2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z). Berdasarkan hasil tersebut, maka diperoleh hasil Suasana Toko (X2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z). Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Tindar (2020) dan Hartono (2018) yang menunjukkan bahwa suasana toko berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Setelah melakukan penelitian, berdasarkan pengumpulan dan menganalisis terhadap data-data yang telah diperoleh dari responden dengan menggunakan analisis PLS, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang.
2. Suasana Toko berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang.
4. Suasana Toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang.
5. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang.
6. Kualitas Pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang.
7. Suasana Toko berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang.

### **Saran**

1. Diharapkan kepada pihak Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang agar mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan agar terciptanya kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, termasuk contohnya supaya memerhatikan kecepatan layanan dan mendorong karyawan untuk selalu memberikan sapaan yang ramah dan senyuman kepada setiap pelanggan, sehingga menciptakan suasana hangat dan menyenangkan di toko, serta mengurangi waktu tunggu pelanggan dengan meningkatkan efisiensi dan organisasi di kasir atau loket pelayanan.
2. Diharapkan kepada pihak Koperasi Pondok Pesantren Nafakah Batuporo Timur Kedungdung Sampang agar mampu mempertahankan dan meningkatkan suasana toko agar terciptanya kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, salah satunya dengan memperbaiki tata letak toko dengan lebih efisien dan menarik agar pelanggan lebih

mudah menemukan produk, merasa nyaman berbelanja, dan ciptakan kesan profesional serta menarik dengan menjaga kebersihan dan kerapihan toko, dan juga pastikan pencahayaan di toko cukup terang untuk menyajikan produk dengan jelas tanpa menciptakan atmosfer yang terlalu terang atau gelap.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, R. 2020. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Rajawali Press.
- Azwar, S. 2007. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. 2 ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ferrel, O.C. & Hartline, M.D. 2019. *Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach*. Boston: Cengage Learning.
- Gasperz, J. 2019. *Total Quality Management & Excellent Service Quality*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Ghozali, I. 2016. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grönroos, C. 2017. *The Nordic School of Service Marketing and Management*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. 2014. *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education Limited.
- Hartono, R. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Toko Kalimas. 6(2).
- Hsieh, Y.C. & Tsai, H.H. 2020. Exploring the impacts of customer experience on customer satisfaction and loyalty in medical tourism: A case of dental clinics in Taiwan. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43: 93–102.
- Ihza, A.M.D. & Shomad, R. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Inti Tani Utama Sambi. *JMK: Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(1).
- Indrasari, M, 2019, Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan, Unitomo Press
- Indrasari, M, 2019, *The Effect of Products and Services Quality on Trust and Decision of Customer to Choose Banks*, Proceedings of the 1<sup>st</sup> Asian Conference on Humanities and Industry (ACHITS)
- Indrasari, M, 2019, Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Kualitas, Pelayanan Pada Decisión Buyer, *Journal Ekonomi*, Vol. 27, NO. 1, P. 36-47.
- Julianti, E., Nuridja, R. & Meitriana, E. 2014. Analisis Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan Pada Ace Hardware Palembang Square Mall. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(2): 143–158.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2019. *Principles of Marketing*. Amerika Serikat: Pearson Education, Inc.
- Laroche, M., Habibi, M.R. & Richard, M.-O. 2013. To be or not to be in social media: How brand loyalty is affected by social media? *International Journal of Information Management*, 33(1): 76–82.
- Mullins, Walker & Boyd. 2020. *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach*. New York: McGraw-Hill Education.
- Nurmillatina, T. 2018. *PENGARUH LOKASI, KUALITAS PELAYANAN, DAN SUASANA TOKO TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI INFINITO CULINARY BANDUNG*. Bandung: Universitas Pasundan.
- Peter, J.P. & Donnelly Jr., J.H. 2018. *A Preface to Marketing Management*. New York: McGraw-

Hill Education.

- Riduwan. 2007. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Rondonuwu, P.D. 2020. Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March Pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).
- Shapiro, R.R. 2019. *The Endangered Customer: 8 Steps to Guarantee Repeat Business*. Massachusetts: Bibliomotion.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyono. 2019. *Pemasaran Jasa Terpadu*. Yogyakarta: Andi.
- Syahroni, M.I. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kafe Keibar (Studi Kasus Kafe Keibar Pamulang)*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Tindar, R. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Jm Sukarami Palembang*. Palembang: UIN Raden Fatah Palembang.
- Tjiptono. 2019. *Pemasaran Jasa: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, S. 2018. *Strategi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Yunus, E., 2019, *The Effectiveness Marketing Strategy For Ride-Sharing Transportation: Intersecting Social Media, Technology, And Innovation, Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(2), 1424-1434. [http://doi.org/10.9770/jesi.2019.7.2\(44\)](http://doi.org/10.9770/jesi.2019.7.2(44))
- Zeithaml, V.A. & Bitner, M.J. 2018. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw-Hill Education