

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *STORE ATMOSPHERE*, *SERVICE QUALITY*, DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PELANGGAN KOPIKINA

ADEFA DANENDRA KALIF

1707621044



Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, STORE ATMOSPHERE,
SERVICE QUALITY, AND PRODUCT QUALITY ON
CUSTOMER SATISFACTION OF KOPIKINA CUSTOMERS**

ADEFA DANENDRA KALIF

1707621044



**This thesis is compiled as one of the requirements to obtain a Bachelor of
Education degree at the Faculty of Economics and Business, Jakarta State
University**

BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

JAKARTA STATE UNIVERSITY

2025

ABSTRAK

ADEFA DANENDRA KALIF. Pengaruh *Brand Image*, *Store Atmosphere*, *Service Quality*, dan *Product Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada Pelanggan Kopikina. Skripsi. Jakarta. Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *Brand Image*, *Store Atmosphere*, *Service Quality*, dan *Product Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada Pelanggan Kopikina. Penelitian ini menggunakan metode SEM-PLS. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert enam poin. Karakteristik sampel penelitian ini adalah berdomisili di wilayah Jakarta, pelanggan Kopikina yang berusia antara 18 hingga 28 tahun (generasi Z), pelanggan yang sudah pernah melakukan transaksi minimal satu kali di Kopikina, dan pelanggan yang memiliki pengalaman langsung dan dapat memberikan penilaian terhadap layanan, produk, dan suasana di Kopikina. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0 dengan menggunakan 230 sampel responden. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Kopikina. *Store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Kopikina. *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Kopikina. *Product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Kopikina.

Kata kunci: *Brand image*; *Customer Satisfaction*; *Product Quality*; *Service Quality*; *Store Atmosphere*.

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

ADEFA DANENDRA KALIF. *The Effect Of Brand Image, Store Atmosphere, Service Quality, And Product Quality On Customer Satisfaction Of Kopikina Customers. Thesis. Jakarta. Business Education Study Program, Faculty of Economics and Business, Jakarta State University.*

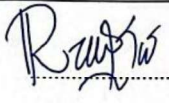
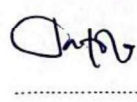
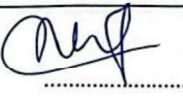
The purpose of this study was to examine the effect of brand image, store atmosphere, service quality, and product quality on customer satisfaction of Kopikina customers. This study used SEM-PLS Method. Primary data were collected through a questionnaire with a six-point Likert scale. The characteristics of this research sample are domiciled in the Jakarta area, Kopikina customers aged between 18 and 28 years (generation Z), customers who have made at least one transaction at Kopikina, and customers who have direct experience and can provide an assessment of the services, products, and atmosphere at Kopikina. Data processing using SmartPLS software version 4.0 using 230 respondent samples. The results of the study show that brand image has a positive and significant effect on customer satisfaction of Kopikina customers. Store atmosphere has a positive and significant effect on customer satisfaction of Kopikina customers. Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction of Kopikina customers. Product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction of Kopikina customers.

Keywords: *Brand Image, Store Atmosphere, Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction.*

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. NIP 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. Corry Yohana, M.M. NIP 195909181985032011 (Ketua Sidang)		24 Juli 2025
2	Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd. NIP 198802142022032001 (Penguji 1)		24 Juli 2025
3	Rizka Zakiah, M.Pd NIP 199401182023212040 (Penguji II)		24 Juli 2025
4	Dr. Terrylina Arvinta M., S.E., M.M. NIP 198103222023212013 (Pembimbing 1)		24 Juli 2025
5	Nadya Fadillah F., S.Pd., M.Pd NIP 199302202019032022 (Pembimbing 2)		24 Juli 2025
Nama : Adefa Danendra Kalif No. Registrasi : 1707621044 Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 15 Juli 2025			

*Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru*

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 05 Agustus 2025

Yang Membuat Pernyataan



Adefa Danendra Kalif

NIM. 1707621044

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Adefa Danendra Kalif
NIM : 1707621044
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Alamat email : adefadanendra9@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

"Pengaruh *Brand Image*, *Store Atmosphere*, *Service Quality* dan *Product Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada Pelanggan Kopikina"

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, 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 Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 05 Agustus 2025

Penulis

(Adefa Danendra Kalif)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, *Store Atmosphere*, *Service Quality*, dan *Product Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* pada Pelanggan Kopikina” dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Proses penulisan skripsi ini merupakan perjalanan yang panjang dan penuh tantangan, yang tidak hanya menguji kemampuan akademik, tetapi juga ketekunan, kedisiplinan, dan mentalitas penulis sebagai seorang mahasiswa tingkat akhir. Dalam perjalanannya, penulis mendapatkan banyak bantuan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak yang sangat berarti bagi kelancaran penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak berikut:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
2. Dita Puruwati, S.Pd., M.Si., Ph.D., selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan dukungan dan arahan selama proses akademik.
3. Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing I, atas bimbingan serta saran selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan memudahkan setiap langkah Ibu.
4. Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd., selaku dosen pembimbing II, atas bimbingan serta saran selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan memudahkan setiap langkah Ibu.
5. Seluruh dosen Program Studi Pendidikan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu dan pengalaman selama penulis menempuh pendidikan. Semoga ilmu yang diberikan menjadi amal jariyah.

6. Seluruh staf Program Studi Pendidikan Bisnis atas bantuan dan pelayanan administratif yang sangat membantu selama masa studi penulis.
7. Orang tua tercinta, bapak Nurfaiz dan ibu Dewi Mulyani, atas segala kasih sayang dan doa yang tak pernah putus diberikan kepada penulis sehingga penulis diberikan kelancaran dalam menyelesaikan penelitian dan selalu dilindungi dalam segala urusan penulis. Serta kedua adik perempuan penulis yang selalu memberikan semangat dan keceriaan kepada penulis.
8. Keluarga penulis, Om Adit, Tante Ni, Tante Ana, Tante Iyang, Om Ata, dan Om Dudit, yang selalu memberikan doa, nasihat, dan dukungan materi selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Bantuan dan perhatian yang diberikan menjadi salah satu faktor penting yang memungkinkan penulis menyelesaikan studi ini dengan baik. Serta Deon, sodara penulis yang telah membantu dan memberikan banyak saran mengenai penelitian sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan.
9. Seluruh sahabat dan orang terdekat penulis, yaitu Luthval, Aqmal, Rere, Farrah, Zalva, Shelma, Rayhan, Nasywa, Safa, Dominic, dan Adha, yang selalu memberikan dukungan, saran serta semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan penulis di kampus, yaitu Tina, Okta, Nur, Felisha, Philip, Ghina, Alaida, Maul, Alvin, Mahes, Fildzah, Putri, Fajar, Rangga, yang telah menemani penulis dari awal masa perkuliahan sampai penulisan skripsi serta banyak membantu penulis dalam melewati masa perkuliahan yang sangat berarti bagi penulis.
11. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Nabila Syafa Adinda. Terima kasih telah selalu memberikan doa, dukungan, semangat, yang menjadi sumber kekuatan tersendiri bagi penulis untuk terus melangkah maju. Terima kasih telah dengan sabar mendengarkan setiap keluh kesah, memberikan hiburan di saat penulis merasa lelah, serta terus hadir sebagai penyemangat di setiap fase yang sulit. Kehadiranmu bukan hanya sekadar menemani, namun juga menjadi bagian penting yang mengisi hari-hari penulis dengan makna dan warna. Atas kesabaran, pengertian, dan

kasih sayang yang senantiasa kamu berikan, penulis merasa sangat beruntung bisa menjalani perjalanan ini bersama dirimu. Semoga segala kebaikan dan ketulusan yang telah kamu berikan menjadi awal dari perjalanan panjang yang akan terus kita lalui bersama di masa depan.

12. Teman-teman Mahasiswa Program Studi S1 Pendidikan Bisnis terutama kelas A, FEB UNJ angkatan 2021, yang telah memberi dukungan dan doa kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberikan pemikiran demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.
14. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada satu sosok laki-laki yang selama ini diam-diam berjuang tanpa henti untuk mencapai impian. Terima kasih kepada penulis skripsi ini yaitu diriku sendiri, Adefa Danendra Kalif. Anak pertama laki-laki dari tiga bersaudara dengan dua adik perempuan. Terima kasih telah bertahan selama ini melewati semua hal yang dirasakan. Terima kasih untuk tak pernah menyerah walaupun dalam keadaan sulit, gelap, sakit bahkan sendirian dalam menghadapi dunia yang begitu keras ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis mohon maaf atas kekurangan dan kesalahan dalam penulisan proposal skripsi ini. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca untuk memperluas pengetahuan serta wawasan.

Jakarta, 11 Juli 2025

Penyusun

Adefa Danendra Kalif

NIM. 1707621044

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	20
1.3 Tujuan Penelitian.....	20
1.4 Manfaat Penelitian	21
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	21
1.4.2 Manfaat Praktis.....	21
BAB II KAJIAN PUSTAKA	22
2.1 Landasan Teori.....	22
2.1.1 <i>Expectation–Confirmation Theory (ECT)</i>	22
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	24
2.1.3 <i>Brand Image</i>	28
2.1.4 <i>Store Atmosphere</i>	31
2.1.5 <i>Service Quality</i>	37
2.1.6 <i>Product Quality</i>	40
2.2 Penelitian Relevan	43

2.3	Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Penelitian	48
2.3.1	Pengembangan Hipotesis	48
2.3.2	Kerangka Penelitian.....	55
1.2.1	Perumusan Hipotesis.....	55
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		57
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	57
3.2	Design Penelitian	57
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	58
3.3.1	Populasi Penelitian.....	58
3.3.2	Sampel Penelitian	59
3.4	Pengembangan Instrumen Penelitian	60
3.4.1	Definisi Konseptual, Operasional dan Instrumen Penelitian.....	60
3.5	Skala Pengukuran.....	68
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	69
3.7	Teknik Analisis Data.....	69
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	70
3.7.2	Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	71
3.7.3	Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	73
3.7.4	Uji Path Koefisien dan Hipotesis	75
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		76
4.1	Deskripsi Data.....	76
4.1.1	Profil Responden	76
4.2	Karakteristik Data	79
4.3	Hasil	92
4.3.1	Hasil Uji Sampel Kecil	92

4.3.2	Hasil Uji Sampel Utama.....	97
4.4	Pembahasan	109
4.4.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> (BI) terhadap <i>Customer Satisfaction</i> (CS) pada pelanggan Kopikina	109
4.4.2	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> (SA) terhadap <i>Customer Satisfaction</i> (CS) pada pelanggan Kopikina.....	111
4.4.3	Pengaruh <i>Service Quality</i> (SQ) terhadap <i>Customer Satisfaction</i> (CS) pada pelanggan Kopikina	113
4.4.4	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada pelanggan Kopikina	115
BAB V KESIMPULAN		117
5.1	Kesimpulan	117
5.2	Implikasi Penelitian.....	118
5.3	Keterbatasan Penelitian	122
5.4	Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya	123
DAFTAR PUSTAKA		125
LAMPIRAN-LAMPIRAN		136
RIWAYAT HIDUP		177

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsumsi Kopi Nasional (1990 – 2024).....	1
Gambar 1.2 Pola Konsumsi Kopi Nasional.....	3
Gambar 1.3 Konsumen Kedai Kopi.....	4
Gambar 1.4 Pertimbangan Pemilihan Kedai Kopi.....	5
Gambar 1.5 Kopikina	7
Gambar 1.6 Kopikina Cabang Kemang dan Tebet.....	8
Gambar 1.7 Perbandingan Pengikut Instagram	8
Gambar 1.8 Perbandingan Rating dan Ulasan Google Maps.....	9
Gambar 1.9 Rata-rata jumlah pelanggan Harian Kopikina Cabang Tebet.....	10
Gambar 1.10 Kopikina Cabang Tebet dan Kemang.....	11
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	55
Gambar 4.1 Path Diagram.....	97



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Komentar Google Maps.....	12
Tabel 2.1 Penelitian Relevan.....	44
Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian.....	57
Tabel 3.2 Instrumen <i>Brand Image</i>	62
Tabel 3.3 Instrumen <i>Store Atmosphere</i>	63
Tabel 3.4 Instrumen <i>Service Quality</i>	64
Tabel 3.5 Instrumen <i>Product Quality</i>	66
Tabel 3.6 Instrumen <i>Customer Satisfaction</i>	67
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	77
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan	78
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Domisili	78
Tabel 4.6 Karakteristik Data <i>Brand Image</i>	79
Tabel 4.7 Karakteristik Data Store Atmosphere.....	82
Tabel 4.8 Karakteristik Data <i>Service Quality</i>	84
Tabel 4.9 Karakteristik Data <i>Product Quality</i>	87
Tabel 4.10 Karakteristik Data <i>Customer Satisfaction</i>	89
Tabel 4.11 Hasil <i>Outer Loadings</i> Sampel Kecil	93
Tabel 4.12 Hasil AVE Sampel Kecil.....	95
Tabel 4.13 Hasil <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT) Sampel Kecil.....	96
Tabel 4.14 Hasil Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	96
Tabel 4.15 Nilai <i>Outer Loadings</i>	98
Tabel 4.16 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	100
Tabel 4.17 Nilai Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	100
Tabel 4.18 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	101
Tabel 4.19 Nilai <i>R-square</i> (R^2).....	103
Tabel 4.20 Nilai <i>F-square</i> (F^2).....	104
Tabel 4.21 Nilai <i>Q-Squares Predict</i>	105

Tabel 4.22 Nilai Multikolinearitas (VIF)	106
--	-----

Tabel 4.23 Hasil Nilai <i>Path Coefficient</i>	107
--	-----



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian Sampel Kecil	137
Lampiran 2. Tabulasi Data Sampel Kecil.....	141
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian Sampel Utama	146
Lampiran 4. Tabulasi Data Sampel Utama.....	150



Intelligentia - Dignitas