

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *CUSTOMER*
EXPERIENCE TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN PADA GERAJ KOPI KENANGAN DI
BANJARMASIN**

**Juwita
NIM. 2210312120028**



**PROGRAM STUDI
MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2026**

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *CUSTOMER*
EXPERIENCE TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN PADA GERAJ KOPI KENANGAN DI
BANJARMASIN**

**Juwita
NIM. 2210312120028**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

SARJANA MANAJEMEN

PROGRAM STUDI

S1-MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

BANJARMASIN

2026

**LEMBAR LEGALITAS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

Judul : Pengaruh *Store Atmosphere* Dan
Customer Experience Terhadap
Repurchase Intention Melalui Kepuasan
Pelanggan Pada Gerai Kopi Kenangan Di
Banjarmasin

Nama : Juwita

NIM : 2210312120028

Disetujui,
Pembimbing

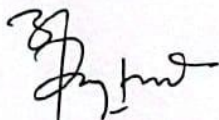


H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, AK., CA, ACPA

NIP. 19700209 199303 1 003

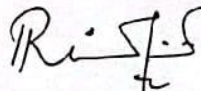
Penguji I

Penguji II



Dr. Nuril Huda, S.E., MM

NIP. 19721021 199903 1 002



Rusniati, S.E., M.Si.

NIP. 19721117 199702 2 004

diketahui,

Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lambung Mangkurat



Abdul Hadi, S.E., M.Si

NIP. 19700707 200501 1 001

Tanggal Lulus : 02 Juli 2026

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

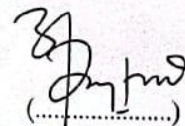
Nama : Juwita
NIM : 2210312120028
Jurusan/ Program : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *store atmosphere* dan *customer experience* terhadap *repurchase intention* melalui kepuasan pelanggan pada gerai Kopi Kenangan di Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Kamis, 02 Juli 2026
Waktu Ujian : 09.00- 11.00 WITA

TIM PENGUJI

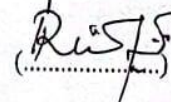
Pembimbing : H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, AK., CA, ACPA


(.....)

Penguji I : Dr. Nuril Huda, S.E., MM


(.....)

Penguji II : Rusniati, S.E., M.Si.


(.....)

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Juwita
NIM : 2210312120028
Jurusan/ Program : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *store atmosphere* dan *customer experience* terhadap *repurchase intention* melalui kepuasan pelanggan pada gerai Kopi Kenangan di Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Kamis, 02 Juli 2026
Waktu Ujian : 09.00 – 11.00 WITA
Tempat : Ruang Rapat PG

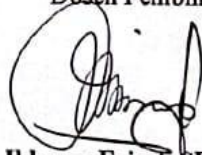
Dengan demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim penguji Banjarmasin, 02 Juli 2026

Mahasiswa,



Juwita
NIM 2210312120028

Dosen Pembimbing,



H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, AK.,
CA, ACPA
NIP. 19700209 199303 1 003

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Abdul Hadi, S.E, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

SURAT PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

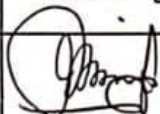
Banjarmasin, 07 Juli 2026

No : -
Hal : Persetujuan Perbaikan Skripsi
Lampiran: 3 (tiga) surat asli

Kepada Yth.
Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat
Di tempat.

Sehubungan dengan hasil ujian skripsi dan saran perbaikan skripsi yang diberikan Oleh dosen penguji, maka saya atas nama:

Nama : Juwita
NIM : 2210312120028
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *store atmosphere* dan *customer experience* terhadap *repurchase intention* melalui kepuasan pelanggan pada gerai Kopi Kenangan di Banjarmasin
Tanggal Ujian : Kamis, 02 Juli 2026

Nama/ NIP Dosen	Jabatan	Tanggal Disetujui	Tanda Tangan
<u>H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si,</u> <u>AK., CA, ACPA</u> NIP. 19700209 199303 1 003	Pembimbing	07 Juli 2026	

Menyatakan bahwa benar telah melakukan perbaikan skripsi dengan benar dan sesuai saran yang diberikan pada saat ujian skripsi dan diketahui oleh Dosen Pembimbing dan diberikan persetujuan untuk melanjutkan proses administrasi selanjutnya.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya, diucapkan terima kasih.

Yang membuat,
Mahasiswa



Juwita
NIM.2210312120028



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Brigjen. H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3305116 Laman : <http://feb.ulm.ac.id>

BERITA - A C A R A

(UJIAN SKRIPSI UNTUK MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN)

Pada hari ini **Kamis tanggal 2 Juli 2026** Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah diangkat oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan Surat Keputusan **No. 004.95/UN8.1.12/SP/2026** tanggal **1 Juli 2026**.

Telah mengambil Ujian Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen atas ;

1. Nama calon : **JUWITA**
2. Nomor Mahasiswa : **2210312120028**
3. Tempat Ujian : **Ruang Rapat PG**
4. Ujian dilaksanakan : dari Jam **09.00 Wita**
s/ d Jam **11.00 Wita**
5. Hasil Ujian dengan nilai : **84 (A)**

Demikian berita acara ini dibuat dengan sebenarnya.

Banjarmasin, **2 Juli 2026**

Tanda tangan calon,

JUWITA

Pembimbing

Drs. H. IKHWAN FAISAL, M.Si, Ak, CA

PANITIA UJIAN

Penguji 1

Dr. NURIL HUDA, SE, MM

Penguji 2

RUSNIATI, SE, M.Si



Dipindai dengan CamScanner



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Fakultas Ekonomi Unlam, Jl. Brigjend. H.Hasan Basry, BANJARMASIN - 70123. Tlp & Fax (0511) 3305116

SERTIFIKAT BEBAS PLAGIASI

Nomor: 42/UN8.1.12.3/JTAM.2.2026

Diberikan Kepada :

Nama : JUWITA

NIM : 2210312120028

Program Studi : MANAJEMEN FEB ULM

Judul Artikel : PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN CUSTOMER EXPERIENCE
TERHADAP REPURCHASE INTENTION MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN PADA GERAJ KOPi KENANGAN DI BANJARMASIN

Telah dideteksi tingkat kemiripan (plagiasi) dengan *software Turnitin* dengan hasil deteksi sebesar 14%, karena itu artikel JTAM ini dinyatakan bebas plagiasi sesuai SK Rektor Nomor 053/UN8/PK/2017

Banjarmasin, 13 Juli 2026

Koordinator Prodi



Abdul Hadi, SE, M.Si

NIP. 19700707 200501 1 001



SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Juwita
NIM : 2210312120028
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Lambung Mangkurat
Judul : *Pengaruh store atmosphere dan customer experience terhadap repurchase intention melalui kepuasan pelanggan pada gerai Kopi Kenangan di Banjarmasin*

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi yang saya yang saya tulis benar – benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri, kecuali dicantumkan sebagai kutipan/ acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber kutipan/ acuan.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Skripsi hasil jiplakan, plagiat maupun manipulasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sehat dan tanpa paksaan dari siapapun.

Banjarmasin, 07 Juli 2026

Yang Membuat Pernyataan



Juwita
NIM. 2210312120028

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “pengaruh *store atmosphere* dan *customer experience* terhadap *repurchase intention* melalui kepuasan pelanggan pada gerai kopi kenangan di banjarmasin” ini dengan baik dan lancar. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Lambung Mangkurat, Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE, M.Si, atas segala kebijakan dan fasilitas yang telah disediakan sehingga penulis dapat menempuh pendidikan dengan baik.
2. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat, Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE, M.Si, atas dukungan dan arahan selama penulis menjalani perkuliahan.
3. Bapak Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat, Abdul Hadi, SE, M.Si, atas bimbingan dan perhatian dalam mendukung kelancaran studi penulis.

4. Bapak H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, AK., CA, ACPA selaku Dosen Penasihat Akademik sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, bimbingan, masukan, serta motivasi kepada penulis selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan
5. Bapak Dr. Nuril Huda, S.E., MM. selaku Dosen Penguji I, serta Ibu Rusniati, S.E., M.Si, selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan waktu dan masukan serta saran untuk menyempurnakan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan, serta pengalaman yang berharga kepada penulis selama menempuh pendidikan.
7. Kepada kedua orang tua, kakak, dan keponakan tercinta, terima kasih atas doa yang senantiasa dipanjatkan, kasih sayang yang tidak pernah berkurang, serta dukungan dan perhatian yang selalu menyertai setiap langkah penulis. Keluarga menjadi tempat penulis memperoleh kekuatan, ketenangan, dan semangat untuk terus bangkit dalam menghadapi setiap tantangan selama perkuliahan hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Segala bentuk pengorbanan dan ketulusan yang diberikan akan selalu menjadi hal yang sangat berharga bagi penulis.
8. Kepada Muhammad Rakhil Akbar, yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini, terima kasih atas perhatian, doa, bantuan, dan waktu yang

telah diberikan. Dukungan tersebut menjadi salah satu hal yang berarti hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Kepada Nur Fadiya A'isyah, terima kasih atas segala bentuk perhatian, dukungan, doa, dan kebersamaan yang telah diberikan kepada penulis sejak awal perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini selesai. Kebersamaan yang terjalin, semangat yang selalu diberikan, serta kesediaan untuk saling menguatkan dalam setiap proses menjadi salah satu kenangan dan pengalaman yang sangat berarti bagi penulis.
10. Kepada sahabat terkasih, Alya Putri Nabila, Nazuwa Hegesti, Imelda Safira, Shafa, dan Dinda Febrina, penulis mengucapkan terima kasih atas doa, perhatian, dukungan, semangat, dan kebersamaan yang tidak pernah berhenti diberikan. Terima kasih karena selalu menjadi tempat penulis pulang untuk berbagi cerita, menyampaikan keluh kesah, dan menemukan semangat di tengah berbagai proses yang dijalani. Kehadiran kalian telah mengisi perjalanan penulis dengan begitu banyak tawa, kenangan, dan momen berharga yang akan selalu dikenang. Semoga persahabatan yang telah terjalin selama ini senantiasa terjaga dalam setiap langkah kehidupan yang akan datang.
11. Kepada Soraya Hanifa, Najwa Huwaina, Alya Navita Dewi, Rizka Amaliya, Nazwa Aurelia, Dhifa Salsabila, serta teman-teman penulis lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, penulis mengucapkan terima kasih atas kebersamaan, dukungan, bantuan, dan berbagai pengalaman yang telah dilalui bersama selama masa perkuliahan. Kehadiran kalian memberikan banyak kenangan,

motivasi, serta semangat bagi penulis dalam menjalani proses perkuliahan hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.

12. Kepada diri sendiri, terima kasih telah berjuang hingga berada di titik ini. Terima kasih karena tidak menyerah meskipun perjalanan selama perkuliahan tidak selalu berjalan mudah. Semua usaha, waktu, dan proses yang telah dilalui akhirnya mengantarkan penulis pada penyelesaian skripsi ini. Semoga pencapaian ini menjadi pengingat bahwa setiap perjuangan yang dilakukan dengan penuh kesabaran akan selalu membawa penulis menuju tujuan yang ingin dicapai.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan penelitian di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan, khususnya di bidang manajemen pemasaran.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih atas segala dukungan dan bantuan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan keberkahan-Nya kepada kita semua.

Banjarmasin, 17 Juni 2026

Juwita
NIM.2210312120028

ABSTRAKSI

Juwita (2026). Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Customer Experience* terhadap *Repurchase Intention* melalui Kepuasan Pelanggan pada Gerai Kopi Kenangan di Banjarmasin. Pembimbing: **H. Ikhwan Faisal; Nuril Huda; Rusniati**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara *store atmosphere* dan *customer experience* dengan *repurchase intention* melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada konsumen gerai Kopi Kenangan di Kota Banjarmasin. Penelitian ini dilakukan untuk memberikan pemahaman mengenai bagaimana suasana gerai dan pengalaman pelanggan memengaruhi tingkat kepuasan yang pada akhirnya berimplikasi terhadap niat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan populasi pelanggan Kopi Kenangan di Kota Banjarmasin. Sampel penelitian berjumlah 119 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form dan dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS) dengan bantuan SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* dan *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, *store atmosphere*, *customer experience*, dan kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*. Kepuasan pelanggan terbukti mampu memediasi pengaruh *store atmosphere* dan *customer experience* terhadap *repurchase intention*, yang menunjukkan pentingnya suasana gerai dan pengalaman pelanggan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan serta mendorong pembelian ulang pada gerai Kopi Kenangan di Banjarmasin.

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, *Customer Experience*, Kepuasan Pelanggan, *Repurchase Intention*.

ABSTRACT

Juwita (2026). *The Influence of Store Atmosphere and Customer Experience on Repurchase Intention through Customer Satisfaction at Kopi Kenangan Outlets in Banjarmasin.* Advisor: **H. Ikhwan Faisal; Nuril Huda; Rusniati**

This study aims to examine the relationship between store atmosphere and customer experience with repurchase intention through customer satisfaction as a mediating variable among consumers at Kopi Kenangan outlets in Banjarmasin City. This study was conducted to provide an understanding of how store atmosphere and customer experience influence satisfaction levels, which ultimately have implications for customer intention to repurchase.

This is a quantitative study with a population consisting of Kopi Kenangan customers in the city of Banjarmasin. The sample consisted of 119 respondents selected using purposive sampling. Data were collected through a questionnaire distributed via Google Forms and analyzed using Partial Least Squares (PLS)-based Structural Equation Modeling (SEM) with the assistance of SmartPLS 4.0.

The results indicate that store atmosphere and customer experience have a positive and significant effect on customer satisfaction. Furthermore, store atmosphere, customer experience, and customer satisfaction also have a positive and significant effect on repurchase intention. Customer satisfaction was found to mediate the effects of store atmosphere and customer experience on repurchase intention, highlighting the importance of store atmosphere and customer experience in enhancing customer satisfaction and encouraging repeat purchases at Kopi Kenangan outlets in Banjarmasin.

Keywords: *Store Atmosphere, Customer Experience, Customer Satisfaction, Repurchase Intention.*

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	iv
SURAT PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
BERITA ACARA	vi
SERTIFIKAT PLAGIASI	vii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAKSI	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Manfaat Penelitian	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1 Landasan Teori	21
2.1.1 Store Atmosphere	21
2.1.1.1 Indikator Store atmosphere	23
2.1.2 Customer Experience	24
2.1.2.1 Indikator customer experience	26
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	27
2.1.3.1 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	28
2.1.4 <i>Repurchase intention</i>	30
2.1.4.1 Indikator <i>Repurchase Intention</i>	32
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	33
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL & HIPOTESIS PENELITIAN.....	46
3.1 Kerangka Konseptual	46
3.2 Hipotesis Penelitian.....	49
3.2.1 <i>Store Atmosphere</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	49
3.2.2 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	50

3.2.3 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	51
3.2.4 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	52
3.2.5 Pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap <i>Repurchase Intention</i>	53
3.2.6 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> melalui...	54
3.2.7 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> melalui	55
BAB IV METODE PENELITIAN	57
4.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	57
4.2 Jenis Penelitian.....	57
4.3 Tempat/Lokasi Penelitian.....	58
4.4 Unit Analisis.....	58
4.5 Populasi dan Sampel	58
4.5.1 Populasi	58
4.5.2 Sampel.....	59
4.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	60
4.6.1 Variabel Independen.....	60
4.6.2 Variabel Intervening	61
4.6.3 Variabel Dependen	61
4.6.4 Definisi Operasional Variabel	61
4.7 Teknik Pengumpulan Data	69
4.8 Teknik Analisis Data	70
4.8.1 Outer Model	70
4.8.1.1 <i>Convergent Validity</i>	70
4.8.1.2 <i>Discriminant Validity</i>	71
4.8.1.3 <i>Construct Reliability</i>	71
4.8.2 <i>Inner Model</i>	72
4.8.2.1 <i>R-Square (R^2)</i>	72
4.8.2.2 <i>F-Square (Effect Size)</i>	72
4.8.2.3 <i>Q-Square (Predictive Relevance)</i>	72
4.8.2.4 Uji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>).....	73
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	74
5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	74
5.1.1 Sejarah Kopi Kenangan.....	75

5.1.2 Visi dan Misi Kopi Kenangan	76
5.1.3 Makna Logo Kopi Kenangan	76
5.1.4 Daftar Menu Kopi Kenangan	77
5.1.5 Gerai Kopi Kenangan di Banjarmasin	79
5.2 Hasil Analisis Data dan Hasil Penelitian.....	82
5.2.1 Karakteristik Responden	82
5.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	82
5.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	84
5.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	85
5.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	86
5.2.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	87
5.2.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Outlet Kopi Kenangan yang Paling Sering Dikunjungi.....	89
5.2.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan Kopi Kenangan.....	90
5.2.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	91
5.2.2.1 Variabel <i>Store Atmosphere</i>	93
5.2.2.2 Variabel <i>Customer Experience</i>	95
5.2.2.3 Variabel Kepuasan Pelanggan	97
5.2.2.4 Variabel <i>Repurchase Intention</i>	99
5.2.3 Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	101
5.2.3.1 <i>Convergent Validity</i>	101
5.2.3.2 <i>Discriminant Validity</i>	103
5.2.3.3 <i>Realibility</i>	105
5.2.4 Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	106
5.2.4.1 <i>R-Square</i>	106
5.2.4.2 <i>F-Square</i> (f^2).....	108
5.2.4.3 <i>Q-Square</i>	108
5.2.4.4 Uji Hipotesis (<i>Path Coefficient</i>).....	109
5.2.4.5 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	112
5.2.5 Pembahasan Hasil Penelitian	113
5.2.5.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	113
5.2.5.2 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap Kepuasan Pelanggan ..	115

5.2.5.3 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	117
5.2.5.4 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .	118
5.2.5.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap <i>Repurchase Intention</i> .	120
5.2.5.6 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> melalui Kepuasan Pelanggan	121
5.2.5.7 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> melalui Kepuasan Pelanggan	123
5.2.6 Implikasi Hasil Penelitian	124
5.2.6.1 Implikasi Teoritis.....	124
5.2.6.2 Implikasi Praktis	127
5.2.7 Keterbatasan Penelitian.....	130
BAB VI	132
6.1 Kesimpulan	132
6.2 Saran.....	133
DAFTAR PUSTAKA	136
LAMPIRAN.....	142

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 4. 2 Definisi Operasional Variabel	62
Tabel 4. 3 Skala Likert	69
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	83
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	84
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	85
Tabel 5. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	86
Tabel 5. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian dalam Dua Bulan Terakhir	88
Tabel 5. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Outlet Kopi Kenangan yang Paling Sering Dikunjungi	89
Tabel 5. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan Kopi Kenangan.....	90
Tabel 5. 8 Kriteria Tiga Kotak (<i>Three-box-Method</i>)	92
Tabel 5. 9 Statistik Deskripsi Variabel <i>Store Atmosphere</i>	93
Tabel 5. 10 Statistik Deskripsi Variabel <i>Cutomer Experience</i>	95
Tabel 5. 11 Statistik Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan	97
Tabel 5. 12 Statistik Deskripsi Variabel <i>Repurchase Intention</i>	99
Tabel 5. 13 Hasil Output <i>Loading Factor</i>	102
Tabel 5. 14 Hasil Output <i>Cross Loading</i>	103
Tabel 5. 15 Nilai <i>Average Variant Extracted (AVE)</i>	105
Tabel 5. 16 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Realibility</i>	105
Tabel 5. 17 Nilai R-Square.....	107
Tabel 5. 18 Nilai F-Square	108
Tabel 5. 19 Nilai Q-Square.....	109
Tabel 5. 20 <i>Path Coefficients</i>	110
Tabel 5. 21 <i>Indirect Effects</i>	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Survei GoodStats	5
Gambar 1. 2 Kopi Kenangan Brand of The Year	6
Gambar 1. 3 Top Brand Award Kedai Kopi 2021-2025	7
Gambar 1. 4 Variasi Review Google Maps	9
Gambar 5. 1 Logo Kopi Kenangan	77
Gambar 5. 2 Menu Kopi Kenangan	78
Gambar 5. 3 Kopi Kenangan Duta Mall Banjarmasin	79
Gambar 5. 4 Kopi Kenangan Gatot Subroto	80
Gambar 5. 5 Kopi Kenangan Kantor Pos Banjarmasin.....	80
Gambar 5. 6 Kopi Kenangan Hasan Basri Banjarmasin	81
Gambar 5. 7 Kopi Kenangan Pangeran Hidayatullah Banjarmasin	82
Gambar 5. 8 Grafik Output PLS-Algorithm.....	101
Gambar 5. 9 Grafik Output Bootstrapping	106

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	143
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	150
Lampiran 3 Jawaban Kuesioner Variabel <i>Store Atmosphere</i>	159
Lampiran 4 Variabel <i>Customer Experience</i>	162
Lampiran 5 Variabel Kepuasan Pelanggan	165
Lampiran 6 Variabel <i>Repurchase Intention</i>	168
Lampiran 7 Hasil Uji Statistik Variabel Penelitian	171
Lampiran 8 Grafik Output Uji PLS	173
Lampiran 9 Hasil Uji <i>Outer Loading</i>	173
Lampiran 10 Hasil Uji <i>Cross Loading</i>	174
Lampiran 11 Hasil Uji Nilai Akar AVE Melalui Fornell Larcker.....	175
Lampiran 12 Hasil Uji Cronbach's Alpha dan <i>Composite Reliability</i>	175
Lampiran 13 Hasil Uji <i>R-Square</i>	175
Lampiran 14 Hasil Uji <i>F-Square</i>	176
Lampiran 15 Grafik Output Bootstrapping.....	176
Lampiran 16 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i> (Pengaruh Langsung)	177
Lampiran 17 Hasil Uji <i>Specific Indirect Effect</i> (Pengaruh Tidak Langsung)	177