

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA *COFFEE SHOP MAMBAL*

ABSTRAK

Setiap perusahaan dituntut untuk memberikan kepuasan pada konsumen agar pelaku bisnis dapat mempertahankan bisnisnya secara berkesinambungan dengan perusahaan-perusahaan lain. Perhatian besar terhadap kepuasan konsumen paling terpenting karena konsumen yang terpuaskan akan cenderung setia terhadap perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada *Coffee Shop Mambal*. Dalam masalah ini populasi yang akan digunakan adalah konsumen di *Coffee Shop Mambal* yang jumlahnya tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 120 konsumen di *Coffee Shop Mambal*. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di *Coffee Shop Mambal*. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di *Coffee Shop Mambal*. *Store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di *Coffee Shop Mambal*.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, *Store Atmosphere*, Kepuasan Pelanggan.

UNMAS DENPASAR

ABSTRACT

Every company is required to provide satisfaction to consumers so that business people can maintain their business on an ongoing basis with other companies. Great attention to customer satisfaction is most important because satisfied customers will tend to be loyal to the company. This study aims to determine the effect of service quality, product quality, and store atmosphere on customer satisfaction at Coffee Shop Mambal. In this problem, the population to be used is consumers at Coffee Shop Mambal whose number is unknown. The sampling technique was carried out using a purposive sampling method, so the number of samples in this study were 120 consumers at the Mambal Coffee Shop. The data analysis technique used to answer the hypothesis is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that brand image has a positive and significant effect on customer loyalty in service quality. Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at Coffee Shop Mambal. Product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at Coffee Shop Mambal. Store atmosphere has a positive and significant effect on customer satisfaction at Coffee Shop Mambal.

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

