

## **PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

### **Studi di Balakosa Coffee & Co Yogyakarta**

Benedictus Irvan Widyawan  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah: 1) *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, 2) kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, 3) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, 4) store atmosphere, kualitas produk dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, 5) ada perbedaan persepsi kepuasan konsumen di Balakosa Coffee & Co berdasarkan intensitas berkunjung. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Balakosa Coffee & Co, dengan sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling*. Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Uji validitas menggunakan teknik korelasi Product Moment dan Uji Reliabilitas menggunakan teknik analisis Cronbach Alpha. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi berganda, Uji F, Uji T dan *one-way anova*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, 2) kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, 3) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, 4) *Store atmosphere*, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen, 5) Ada perbedaan persepsi kepuasan konsumen di Balakosa Coffee & Co berdasarkan intensitas berkunjung.

Kata Kunci: store atmosphere, kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen.

# **THE INFLUENCE OF STORE ATMOPHERE, PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION**

## **Study at Balakosa Coffee & Co Yogyakarta**

Benedictus IrvanWidyawan  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2021

This study aims to determine whether: 1) Store atmosphere influences consumer satisfaction, 2) product quality influences consumer satisfaction, 3) service quality influences consumer satisfaction, 4) Store atmosphere, product quality and service quality simultaneously influence consumer satisfaction, 5) there are differences in consumer satisfaction perceptions at Balakosa Coffee & Co based on visiting intensity. The population in this research is consumer of Balakosa Coffee & Co, with a sample of 100 respondents. The sampling technique uses nonprobability sampling. The data collection technique uses questionnaires. Data analysis technique uses in this research is multiple regression analysis, F test, T test and *one-way anova*. The results of the research show that: 1) store atmosphere did not influence consumer satisfaction, 2) product quality influenced consumer satisfaction, 3) service quality influenced consumer satisfaction, 4) Store atmosphere, product quality and service quality simultaneously influenced consumer satisfaction, 5) there was a difference in consumer satisfaction perceptions at Balakosa Coffee & Co based on visiting intensity.

**Keywords:** Store atmosphere, product quality, service quality, consumer satisfaction.