

ABSTRAK

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS LAYANAN, DAN
PRESEPSI NILAI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI**

Studi pada La Cecile Hotel Dan Cafe di Labuan Bajo

Afriana Herlinda Balang
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh secara langsung *store atmosphere* terhadap loyalitas konsumen, 2) Pengaruh secara langsung kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen, 3) Pengaruh secara langsung persepsi nilai terhadap loyalitas konsumen, 4) Pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas konsumen dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen, 5) Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen, 6) Pengaruh persepsi nilai terhadap loyalitas konsumen dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Cafe La Cecile. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* menggunakan aplikasi WarpPLS 7.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *Store atmosphere* secara langsung berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, 2) Kualitas layanan secara langsung tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, 3) Persepsi nilai secara langsung berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, 4) *Store atmosphere* berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dengan dimediasi sebagian oleh kepuasan konsumen, 5) kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dengan dimediasi penuh oleh kepuasan konsumen, 6) persepsi nilai berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dengan dimediasi sebagian oleh kepuasan konsumen

Kata kunci: *store atmosphere*, kualitas layanan, persepsi nilai, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen.

ABSTRACT

THE EFFECT OF STORE ATMOSPHERE, SERVICE QUALITY, AND VALUE PERCEPTION ON CONSUMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATION VARIABLE

Study at La cecile Hotel and Cafe in La cecile Labuan Bajo

AfrianaHerlinda Balang Sanata
Dharma University

Yogyakarta
2022

This research aimed to understand: 1) The direct effect of store atmosphere on consumer loyalty, 2) The direct effect of service quality on consumer loyalty, 3) The direct effect of perception of value on consumer loyalty, 4) The effect of store atmosphere on consumer loyalty through mediation by consumer satisfaction, 5) The effect of service quality on consumer loyalty through mediation by consumer satisfaction, 6) The effect of perception of value on consumer loyalty through mediation by consumer satisfaction. The population of this research was the consumers of Café La cecile. The data analysis technique in this research was Partial Least Square used WarpPLS 7.0 app. The sampling technique used purposive sampling, and the data was collected by distributing questionnaires to 100 respondents. This research showed that: 1) Store atmosphere had a direct positive effect on consumer loyalty, 2) service quality had no direct positive effect on consumer loyalty, (3) perception of value had a direct positive effect on consumer loyalty, 4) store atmosphere had a positive effect on consumer loyalty with being partially mediated by consumer satisfaction, 5) service quality had a positive effect on consumer loyalty with being fully mediated by consumer satisfaction, 6) perception of value had a positive effect on consumer loyalty with being partially mediated by consumer satisfaction.

Keywords: store atmosphere, service quality, perception of value, consumer satisfaction, and consumer loyalty.