

ABSTRAK

Abigail Hartono Widiarta (01011190159)

PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *BRAND IMAGE*, DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA KOPI NAKO ALAM SUTERA
(XVII +126 Halaman, 16 Gambar, 25 Tabel)

Jumlah *café* yang berada di Indonesia dari tahun 2016 hingga tahun 2019 sudah meningkat signifikan yaitu dari 1.083 outlet menjadi 3.000 outlet. Namun tidak semua *café* berjalan dengan sukses, ada beberapa faktor yang mungkin mempengaruhi kesuksesan tersebut, yaitu pada faktor *customer loyalty* dan *customer satisfaction*. Pada masa kini, harga murah bukan lagi menjadi faktor utama bagi kepuasan pelanggan melainkan *service quality*, *brand image* dan *store atmosphere* turut menjadi sebuah pertimbangan bagi loyalitas pelanggan. Objek penelitian ini adalah Kopi Nako Alam Sutera, sebuah *café* yang saat ini cukup terkenal dan disukai masyarakat. Sukses besar Kopi Nako Alam Sutera ini mendasari ketertarikan peneliti untuk mengetahui pengaruh *Service Quality*, *Brand Image*, *Store Atmosphere* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*. Peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner elektronik sebagai metode pengumpulan data dimana peneliti menggunakan non probabilitas sampling berupa *purposive sampling* sebagai sampel yang digunakan. Data yang dikumpulkan akan diolah menggunakan SPSS 26 dan AMOS 24 dari total 300 responden. Hasil yang didapatkan menunjukkan *Service Quality*, *Brand Image* dan *Store Atmosphere* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa *Service Quality*, *Brand Image* dan *Store Atmosphere* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*, namun *Customer Satisfaction* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*.

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

Referensi: 159