

**PENGARUH PERSEPSI PRODUK, KUALITAS LAYANAN, HARGA,  
DAN ATMOSFER TOKO TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PADA KEDAI FILOSOFI KOPI DI YOGYAKARTA**

**NUNGKY ALIF UTAMA**  
**141130149**

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh Persepsi Produk, Kualitas Layanan, Harga dan Atmosfer Toko terhadap Loyalitas pelanggan Kedai Filosofi Kopi di Yogyakarta. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Kedai Filosofi Kopi di Yogyakarta. Sedangkan metode pengambilan menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria sampel adalah konsumen Kedai Filosofi Kopi di Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian lebih dari 3 kali dengan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode analisis data meliputi Analisis Deskriptif, dan Analisis Kuantitatif dengan teknik Analisis Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian menemukan bahwa 1) Persepsi Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan Kedai Filosofi Kopi di Yogyakarta, 2) Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan Kedai Filosofi Kopi di Yogyakarta, 3) Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan Kedai Filosofi Kopi di Yogyakarta dan 4) Atmosfer toko berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan Kedai Filosofi Kopi di Yogyakarta. Temuan ini memberikan implikasi bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap produk, kualitas layanan, harga dan atmosfer toko maka loyalitas pelanggan semakin meningkat.

*Kata Kunci : Persepsi produk, kualitas layanan, harga, atmosfer toko, loyalitas pelanggan*