

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *STORE*  
*ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI  
CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA KEDAI  
KOPI “JANJI JIWA”**

**(Survei pada Pelanggan Kopi Merek “Janji Jiwa” Cabang Seturan  
Yogyakarta)**

MELVIRA TIKA SARI

NIM. 141170272

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

E-Mail : [Melviratisa46@gmail.com](mailto:Melviratisa46@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Pengaruh kualitas produk secara langsung terhadap citra merek (2) Pengaruh *store atmosphere* secara langsung terhadap citra merek (3) Pengaruh kualitas produk secara langsung terhadap kepuasan pelanggan (4) Pengaruh *store atmosphere* secara langsung terhadap kepuasan pelanggan (5) Pengaruh citra merek secara langsung terhadap kepuasan pelanggan. (6) Pengaruh kualitas produk secara tidak langsung terhadap kepuasan pelanggan melalui citra merek (7) Pengaruh *store atmosphere* tidak langsung terhadap kepuasan pelanggan melalui citra merek. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan SEM (*Partial Least Square*). Mendistribusikan kuesioner kepada para pelanggan Kedai Kopi “Janji Jiwa Cabang Seturan merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini, dengan ukuran sampel 160 pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kualitas produk secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, (2) *Store atmosphere* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, (3) Kualitas produk secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (4) *Store atmosphere* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (5) Citra Merek secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (6) Kualitas Produk secara tidak langsung memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Citra Merek. (7) *Store Atmosphere* secara tidak langsung memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Citra Merek

**Kata kunci : Kualitas Produk, *Store Atmosphere*, Citra Merek, dan Kepuasan Pelanggan.**