

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

**(Survey Kasus Pada Konsumen Es Coklat Impian cabang Lempuyangan
Yogyakarta)**

Viantika Millenia Sepsheala
Dr. Yuni Istanto., M.Si

viantikamillenia@gmail.com

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen di Es Coklat Impian cabang Lempuyangan Yogyakarta. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan jenis purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang mendapatkan 100 responden yang pernah mengunjungi Es Coklat Impian cabang Lempuyangan Yogyakarta waktu Juni hingga Desember 2022. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis dengan uji F dan uji t. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa : (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (2) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (3) *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (4) kualitas produk, kualitas pelayanan, dan *store atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci : Kualitas produk, kualitas pelayanan, *store atmosphere*, kepuasan konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of product quality, service quality, and store atmosphere on customer satisfaction at the Lempuyangan branch of Es Coklat Lempuyangan. The sampling technique used in this research is non-probability sampling with purposive sampling. Data collection was carried out by distributing questionnaires which obtained 100 respondents who had visited the Lempuyangan branch of Es Coklat Lempuyangan from June to December 2022. The analytical technique used in this study was multiple linear regression analysis and hypothesis testing with the F test and t test. The results of hypothesis testing show that: (1) product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, (2) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, (3) store atmosphere has a positive and insignificant effect on customer satisfaction (4) store atmosphere, product quality and service quality have an effect significant effect to consumer satisfaction.

Keywords: product quality, service quality, store atmosphere, customer satisfaction