

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN CAFE WILODI KOTABARU YOGYAKARTA YANG
DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK**

Bernadetta Nathalia Numsa Kanaya
NIM. 141220485

Email: bernadettanathalia@gmail.com

Dosen Pembimbing:

Dr. Widhy Tri Astuti, S.E., M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan dengan citra merek sebagai variabel mediasi pada pelanggan Cafe Wilodi Kotabaru Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada 144 responden yang merupakan mahasiswa di Yogyakarta dan pernah melakukan pembelian di Cafe Wilodi. Analisis data dilakukan menggunakan Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga dan *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta terhadap citra merek. Citra merek juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, citra merek terbukti mampu memediasi dan memperkuat pengaruh persepsi harga dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pemasaran khususnya dalam perilaku konsumen serta menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha coffee shop dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui strategi harga, pengelolaan suasana toko, dan pembangunan citra merek yang kuat.

Kata Kunci: Persepsi Harga, *Store Atmosphere*, Kepuasan Pelanggan, Citra Merek.