

ABSTRAK

Yulita Audina Sari Purba, NIM 7183510037, Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café Makecents Coffe & Space Medan, Skripsi Jurusan Manajemen, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Tahun 2022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosper* dan Kualitas Konsumen terhadap Kepuasan Pelanggan pada Makecents Coffee & Space, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dilaksanakan pada Makecents Coffee & Space. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 5230 pelanggan dengan jumlah sampel. Konsumen yang menjadi responden merupakan konsumen yang pernah berbelanja pada Makecents Coffee & Space. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, studi pustaka, wawancara dan melalui angket (Kuesioner) yang pengukurannya menggunakan skala Likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode Analisis Regresi Berganda dengan persamaan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$ serta diolah dengan program SPSS 25.0 for windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Store Atmosper* dan Kualitas Konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terlihat dari nilai F hitung sebesar 247.473 dengan f tabel sebesar 3.09. Secara parsial *Store Atmosper* memiliki nilai t hitung sebesar 9.782 dengan t tabel sebesar 1.984 dapat disimpulkan *Store Atmosper* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial kualitas pelayanan memiliki nilai t hitung sebesar 3.365 dengan t tabel sebesar 1.984 dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan *Store Atmosper* dan Kualitas Konsumen secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Makecents Coffee & Space.

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen



ABSTRACT

Yulita Audina Sari Purba, NIM 7183510037, Effect of Store Atmosphere and Service Quality on Consumer Satisfaction at Café Makecents Coffee & Space Medan, Thesis of Management Department, Management Study Program, Faculty of Economics, State University of Medan, 2022

This study aims to determine the effect of Store Atmosper and Consumer Quality on Customer Satisfaction at Makecents Coffee & Space, either partially or simultaneously. This research was conducted at Makecents Coffee & Space. The population in this study were 5230 customers with a total sample. Consumers who become respondents are consumers who have shopped at Makecents Coffee & Space. Data collection techniques used are observation, literature study, interviews and through a questionnaire (Questionnaire) whose measurement uses a Likert scale. The data analysis technique used is the Multiple Regression Analysis method with the equation $Y = a+b_1X_1+b_2X_2+e$ and processed with the SPSS 25.0 for windows program.

The results showed that Store Atmosper and Consumer Quality simultaneously had a significant effect on consumer satisfaction. This can be seen from the calculated F value of 247,473 with an f table of 3.09. Partially, Store Atmosper has a t-count value of 9.782 with a t-table of 1.984, it can be concluded that Store Atmosper has an effect on consumer satisfaction. Partially, service quality has a t-count value of 3.365 with a t-table of 1.984, it can be concluded that service quality has an effect on customer satisfaction. Thus, it can be concluded that Store Atmosper and Consumer Quality have a partial and simultaneous effect on consumer satisfaction at Makecents Coffee & Space.

Keywords: Store Atmosphere, Service Quality, Consumer Satisfaction

