

ABSTRAK

Ruji Titani,2022: “Pengaruh *Service Quality* Dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kadai Kopi Nipah”

Tujuan penelitian ini yakni untuk mencari pengaruh *service quality* dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan di Kadai Kopi Nipah. Jenis Penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan metode asosiatif kausal yang bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh *service quality* (X_1) dan *store atmosphere* (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Kadai Kopi Nipah yang di deskripsikan dalam bentuk angka. Lokasi penelitian yang peneliti lakukan bertempa di Kadai Kopi Nipah. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan Kadai Kopi Nipah dilakukan menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu *incidental sampling* berdasarkan kriteria tertentu dengan jumlah sampel 100 responden. Data dalam penelitian ini menggunakan data primer untuk ketiga variabel tersebut yang diperoleh langsung dari pelanggan dengan menyebarkan kuesioner (angket) dan data sekunder yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian dengan memanfaatkan data yang telah ada.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Hasil uji persyaratan analisis menunjukkan bahwa data tergolong normal. Dan hasil Uji Regresi Linear Berganda dengan uji T diperoleh nilai sig dari variabel *service quality* sebesar $0,071 > 0,05$, sedangkan nilai sig dari variabel *store atmosphere* sebesar $0,002 < 0,05$, sehingga diambil kesimpulan bahwa variabel *service quality* tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan di Kadai Kopi Nipah, sedangkan variabel *store atmosphere* berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan di Kadai Kopi Nipah tersebut. Dan diperoleh Nilai adjusted R square (R^2) sebesar 0,129 yang berarti pengaruh variabel X_1 (*service quality*) dan X_2 (*store atmosphere*) terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan) adalah sebesar 12,9% sedangkan sisanya (87,1%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

Kata kunci: *service quality*, *store atmosphere*, dan kepuasan pelanggan