

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN *STORE
ATMOSPHERE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (SURVEI PADA
PELANGGAN JAI COFFEE)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

ERNEST WIKE HARIYANI

18101155310472

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal, Februari 2022

Dan dinyatakan telah lulus memenuhi persyaratan.

Pembimbing I,

Pembimbing II,

EMIL SALIM, SE., MM

CHINTYA ONES CHARLI, SE, MM

NIDN : 1010079101

NIDN : 1026079401

Padang, Februari 2022

Mengesahkan :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang

Dr. Yulasmu, S.E., MM

NIDN : 1019087501

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan *Store Atmosphere* terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi pada Jai Coffee. Metode pengumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuisisioner dengan sampel 100 responden yang diambil dari seluruh populasi pelanggan Jai Coffee. Metode analisis yang digunakan adalah Path Analisis, Partial Least Square (PLS) dan Uji Hipotesis. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program software SmartPLS 3.2.9.

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan uji hipotesis (H1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (H2) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (H3) *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (H4) kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (H5) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (H6) *store atmosphere* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (H7) kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (H8) kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. (H9) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. (H10) *store atmosphere* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kata kunci : **Kualitas Produk, Kualitas Layanan, *Store Atmosphere*, Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan**