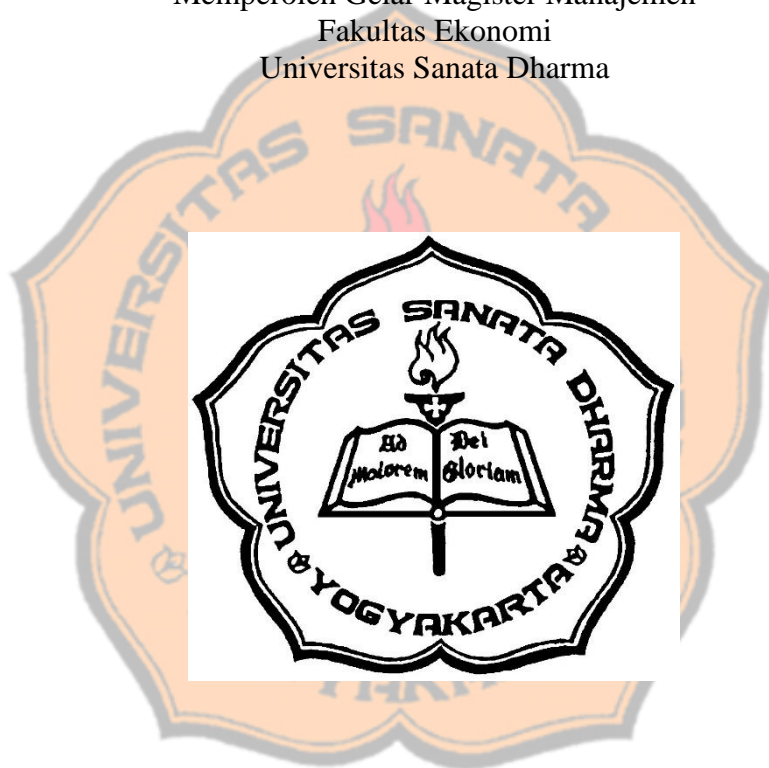


**PENGARUH SERVICE QUALITY, STORE ATMOSPHERE DAN
PRODUCT QUALITY PADA CUSTOMER LOYALTY
DENGAN CUSTOMER SATISFACTION
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada Lima Kedai Kopi di Yogyakarta)**

Tesis

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma



Oleh:
Sudiyono
NIM: 182222110

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2020**

ABSTRAK

**PENGARUH SERVICE QUALITY, STORE ATMOSPHERE DAN
PRODUCT QUALITY PADA CUSTOMER LOYALTY
DENGAN CUSTOMER SATISFACTION
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**
(Studi pada Lima Kedai Kopi di Yogyakarta)

Sudiyono
Universitas Sanata Dharma
2020

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh *service quality* pada *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi, (2) pengaruh *store atmosphere* pada *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi, (3) pengaruh *product quality* pada *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Lima Kedai Kopi di Yogyakarta yang menjadi tempat penelitian peneliti. Pengambilan sampel menggunakan metode *Purposive Sampling* yaitu konsumen minimal 2 kali berkunjung dalam waktu 1 bulan dengan jumlah responden sebanyak 96 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Dari Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa (1) *Service quality* berpengaruh positif pada *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi, (2) *Store atmosphere* berpengaruh negatif pada *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi, (3) *Product quality* berpengaruh negatif pada *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi.

Kata Kunci: *Service Quality, Store Atmosphere, Product Quality, Customer Loyalty, & Customer Satisfaction*

ABSTRACT

THE IMPACT OF SERVICE QUALITY, STORE ATMOSPHERE, AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY WITH SATISFACTION AS MEDIATION VARIABLE (Study at Five Coffee Shops in Yogyakarta)

Sudiyono
Sanata Dharma University
2020

The study aims to investigate the impact of (1) service quality, (2) store atmosphere, & (3) product quality on customer loyalty with satisfaction as a mediation variable. The population of this study was all customers of five coffee shops in Yogyakarta, where the researcher conducted the study. Sampling collection used a purposive sampling method in which 96 respondents, the customers who visited the place twice a month in minimal, participated. The data collection method utilized questionnaires. The data analysis used the Partial least Square (PLS) method. The findings of the study first concluded that service quality affected customer loyalty positively with satisfaction as a mediation variable. Furthermore, there were negative influences shown by store atmosphere on customer loyalty. Also, the product quality provided negative impacts on customer loyalty with satisfaction as a mediation variable.

Keywords: Service Quality, Store Atmosphere, Product Quality, Customer Loyalty, & Customer Satisfaction