

### **Abstrak**

Seiring dengan trend *coffee shop*, di berbagai kota di Indonesia banyak bermunculan *coffee shop*. Salah satunya kota yang memiliki trend munculnya *coffee shop* yaitu Bandung, bahkan hampir setiap minggu selalu ada *coffee shop* baru yang berdiri di Bandung. Banyaknya *coffee shop* yang sedang berkembang di kota Bandung, dikarenakan perubahan pola hidup dari masyarakat itu sendiri dan juga karena Bandung merupakan tempat yang sejuk dan cocok untuk menikmati kopi. *Coffee shop* di kota Bandung sekarang ini bisa dibilang sebagai salah satu alasan orang datang ke Bandung untuk selain untuk berlibur. *Coffee shop* yang bermunculan di Bandung hadir dengan berbagai nuansa berbeda dengan ciri khas masing-masing, walaupun variasi menu dan kualitas kopi yang disajikan hampir sama.

Alat utama pengumpulan data menggunakan kuesioner penyebaran secara online, pengukuran data menggunakan skala likert dengan jumlah responden 100 orang. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi sederhana.

Berdasarkan hasil Kuesioner yang telah disebar oleh peneliti didapatkan hasil responden terhadap analisis deskriptif yakni pada Store Atmosphere pada Gahenna Kopi termasuk dalam katagori sangat baik, dan pada variabel customer loyalty pada gahenna kopi termasuk dalam katagori baik dalam analisis deskriptif, Sedangkan pada variabel satisfaction pada gahenna kopi termasuk dalam katagori sangat baik.

Adapun hasil pengujian yang dilakukan menggunakan pada bab 4 menghasilkan bahwa terdapat pengaruh store atmosphere terhadap customer loyalty pada gahenna kopi secara positif dan signifikan begitu juga dengan pengaruh antara store atmosphere terhadap satisfaction berpengaruh secara signifikan dan positif. Adapula pengujian atas pengaruh store atmosphere terhadap customer loyalty melalui satisfaction pada gahenna kopi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Maka dengan ini dinyatakan bahwa hipotesis pada penelitian ini diterima.

Kata Kunci : Store Atmosphere, loyalitas pelanggan, Kepuasan Pelanggan