

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* ( $X_1$ ) dan *Sales Promotion* ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Toko Kopi Tuku Bekasi (Survey Pada Konsumen Toko Kopi Tuku Harapan Indah Bekasi) baik secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deksriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 93 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan maupun secara parsial. Secara simultan pengaruh *Store Atmosphere* ( $X_1$ ) dan *Sales Promotion* ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 54,4%, sedangkan secara parsial *Store Atmosphere* ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) memberikan pengaruh sebesar 32,6% dan *Sales Promotion* ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) memberikan pengaruh sebesar 21,8%. Dapat disimpulkan bahwa *Store Atmosphere* ( $X_1$ ) dan *Sales Promotion* ( $X_2$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Toko Kopi Tuku Bekasi (Survey Pada Konsumen Toko Kopi Tuku Harapan Indah Bekasi).

**Kata Kunci :** *store atmosphere, sales promotion, kepuasan pelanggan*

## **ABSTRACT**

*This research aims to determine the influence of Store Atmosphere (X1) and Sales Promotion (X2) on Customer Satisfaction (Y) of the Tuku Bekasi Coffee Shop (Survey of Tuku Harapan Indah Bekasi Coffee Shop Consumers) both simultaneously and partially. The research method used was descriptive and verification methods with a sample size of 93 respondents. The data collection techniques used in this research were observation, interviews and distributing questionnaires. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, multiple correlation, coefficient of determination and hypothesis testing.*

*The results of this research show that there is a positive and significant influence simultaneously and partially. Simultaneously the influence of Store Atmosphere (X1) and Sales Promotion (X2) on Customer Satisfaction (Y) is 54.4%, while partially Store Atmosphere (X1) has an influence on Customer Satisfaction (Y) of 32.6% and Sales Promotion (X2) on Customer Satisfaction (Y) has an influence of 21.8%. It can be concluded that Store Atmosphere (X1) and Sales Promotion (X2) have a significant influence on Customer Satisfaction (Y) of the Tuku Bekasi Coffee Shop (Survey of Tuku Harapan Indah Bekasi Coffee Shop Consumers).*

**Keywords:** *store atmosphere, sales promotion, customer satisfaction*