

ABSTRAK

Pergeseran gaya hidup masyarakat saat ini yang membuat minum kopi menjadi bagian dari kehidupan seseorang menyebabkan tingkat konsumsi kopi di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Peningkatan pesat ini mengakibatkan para pemilik bisnis melihat ke arah kedai kopi, salah satunya Unara *Coffee*. Tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh barista terhadap *store atmosphere* pada Unara *Coffee*, seberapa besar pengaruh produk terhadap *store atmosphere* pada Unara *Coffee*, seberapa besar pengaruh barista dan produk terhadap *store atmosphere* pada Unara *Coffee*, seberapa besar pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada Unara *Coffee*, seberapa besar pengaruh barista dan produk melalui *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada Unara *Coffee*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 135 konsumen Unara *Coffee*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh barista terhadap *store atmosphere* sebesar 1427 yang berada dalam klasifikasi kurang baik. Terdapat pengaruh produk terhadap *store atmosphere* sebesar 1929 yang berada dalam klasifikasi kurang baik. Terdapat pengaruh barista dan produk terhadap *store atmosphere* sebesar 2913 yang berada dalam klasifikasi kurang baik. Terdapat pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen sebesar 1325 yang berada dalam klasifikasi kurang baik. Terdapat pengaruh barista dan produk melalui *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Barista, Produk, *Store Atmosphere*, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

The current shift in the lifestyle of the people that makes drinking coffee a part of one's life causes the level of coffee consumption in Indonesia to continue to increase every year. This rapid increase caused business owners to look at coffee shops, one of which is Unara Coffee. The goal to be achieved from the implementation of this research is to find out and analyze how much influence baristas have on atmospheric stores on Unara Coffee, how much influence the product has on the atmosphere store on Unara Coffee, how much influence baristas and products have on the atmosphere store on Unara Coffee, how much influence the atmosphere store has on consumer satisfaction on Unara Coffee, how much influence baristas and products have through atmosphere stores on consumer satisfaction on Unara Coffee. The research method used is a descriptive and verifiable method with 135 Unara Coffee consumers. The method of data analysis used is path analysis. Research has shown that there is an effect of barista on atmospheric stores of 1427 which is in poor classification. There was an effect on atmospheric stores by 1929 that were in poor classification. There is an effect of barista and product on atmospheric stores of 2913 which are in poor classification. There is an effect of atmospheric stores on consumer satisfaction of 1325 which is in poor classification. There is an effect of baristas and products through atmospheric stores on consumer satisfaction.

Keywords: Barista, Products, Atmosphere Store, Consumer Satisfaction.