ABSTRAK

Semakin bertambahnya kebutuhan konsumen untuk dikonsumsi, semakin bertambah pula peluang usaha yang dapat dicapai khususnya; perkembangan *coffee shop* atau kedai kopi yang berhasil menjadi peluang usaha baru bagi pelaku bisnis. Berkembangnya kedai kopi merupakan wujud perubahan pola hidup konsumen dalam menyeleksi produk yang akan mereka konsumsi dengan memperhatikan beberapa kriteria seperti suasana toko dan kualitas pelayanan. Kopi Patok Tasikmalaya menjadi salah satu pelaku usaha di industri *coffee shop* dengan tema terbaru.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Kopi Patok Tasikmalaya. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana *store atmosphere* yang diberikan kepada konsumen Kopi Patok, bagaimana kualitas pelayanan kepada konsumen Kopi Patok, besarnya pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial terhadap loyalitas pelanggan Kopi Patok Tasikmalaya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling* jenis *simple random sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel *store atmosphere*, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan berada dalam kategori baik. Hasil teknik analisis regresi linier berganda menunjukkan *store atmosphere* dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Kopi Patok. Besarnya pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan secara bersama-sama sebesar 71,4% terhadap loyalitas pelanggan dan sisanya 25,6% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti gaya hidup, harga atau kualitas produk. Secara parsial *store atmosphere* dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Besarnya pengaruh paling tinggi yaitu *store atmosphere* dan yang paling rendah yaitu kualitas pelayanan.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan