

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN *STORE*  
*ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI STARBUCKS  
GAJAH MADA SEMARANG**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

Vera Angelina Wibowo

21.D1.0100

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
2025**

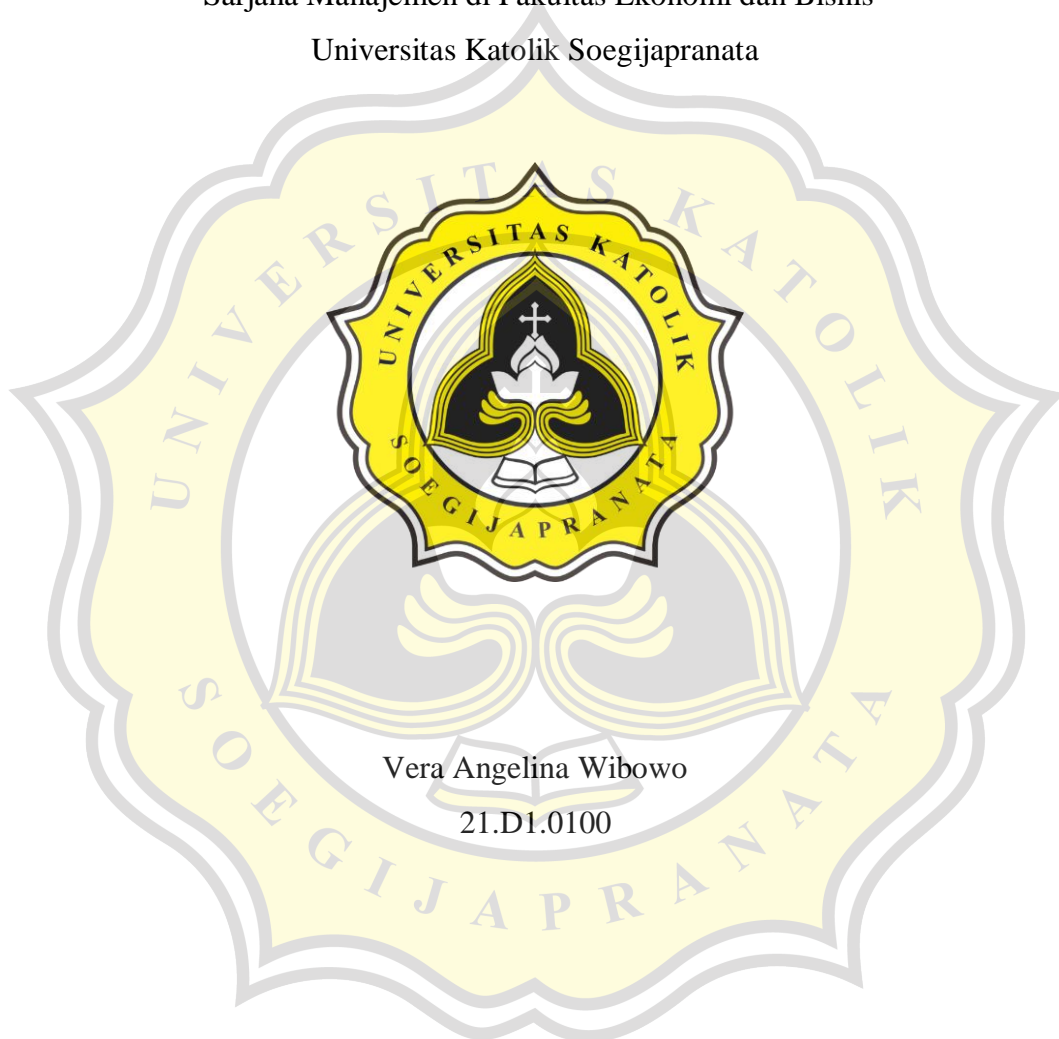
**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN *STORE*  
*ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI STARBUCKS GAJAH  
MADA SEMARANG**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar

Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**2025**

## ABSTRAK

Persaingan ketat dalam bisnis *coffee shop* membuat para pelaku bisnis berlomba-lomba untuk menciptakan sesuatu yang berbeda dari *coffee shop* lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen di Starbucks Gajah Mada Semarang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain sampling *non probability sampling* dan teknik *purposive sampling*. Adapun total responden dalam penelitian ini sebanyak 96 orang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan, kualitas produk, dan *store atmosphere* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Starbucks Gajah Mada Semarang. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diharapkan Starbucks Gajah Mada Semarang dapat terus memberikan nilai atau manfaat yang melebihi harapan konsumen agar konsumen dapat selalu merasa puas.

Kata kunci: kualitas layanan, kualitas produk, *store atmosphere*, dan kepuasan konsumen

