

## ABSTRAK

Kopi progo merupakan salah satu cafe yang bersifat lokal karena hanya ada di Kota Bandung saja. Kopi progo memiliki segmen pasar menengah, serta memiliki target pasar pelajar dan mahasiswa. Terletak di Jalan Riau Bandung, cafe yang didesain sederhana dengan konsep *hommy* dan *hangout place* untuk urusan interior dan desain ruangnya memang kondusif untuk jadi tempat kumpulnya anak muda. Makanan dan minuman disajikan dengan menu yang variatif dan nama unik. Selain itu, Kopi progo memiliki lokasi yang sangat strategis dan terjangkau dengan desain dan *store atmosphere* cafe yang dapat membuat pengunjung merasa betah dan nyaman berada di Kopi progo.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui *store atmosphere* yang dilakukan Kopi progo Bandung. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan dalam mengunjungi Kopi progo. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan Kopi progo Bandung. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 100 responden yang diperoleh dengan menggunakan pendekatan Bernoulli.

Hasil penelitian mengungkapkan besarnya nilai *store atmosphere* sebesar 79,76% dalam kategori tinggi, sedangkan nilai Kepuasan Pelanggan sebesar 80,61% dalam kategori tinggi. Pengaruh *store atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 15,2% sedangkan sisanya yaitu 84,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam model yang diajukan dalam penelitian ini.

***Kata kunci:*** *Store Atmosphere*, Kepuasan Pelanggan.

## **ABSTRACT**

*Kopi progo is one cafe that is local because it is only in Bandung alone. Kopi progohave mid-market segment, and has a target market and students. Located in Jalan Dipati ukur, designed a simple cafe with the concept hommy and hangout place for interior affairs and the design office so the place is conducive to gathering young children. Food and drinks are served with a varied menu and a unique name. In addition, Steak bed has a very strategic location and affordable design and store atmosphere cafe that can make visitors feel welcome and comfortable in Progo coffee.*

*The purpose of this study to find out how the store atmosphere, how customer satisfaction, and how much influence store atmosphere on customer satisfaction Kopi progoBandung. This research is quantitative descriptive, data were collected through questionnaires to 100 respondents were obtained using Bernoulli approach.*

*The research shows the value of the store atmosphere by 79,76% in the high category, while the value of Customer Satisfaction at 80.61% in the high category. Influence store atmosphere to Customer Satisfaction by 15.2% while the remaining 84.8% is explained by other variables that are not described in the model proposed in this study.*

**Keyword:** *Store atmosphere, Customer Satisfaction.*