

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA AUTO SPEED GARAGE
SERIRIT**

Oleh

I Komang Hariadi Sugama, NIM 1917041065

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan menguji pengaruh dari kualitas pelayanan dan *store atmosphere* bagi kepuasan konsumen pada Auto Speed Garage Seririt baik dengan individual dan bersamaan. Jenis studi ini termasuk studi kuantitatif melalui desain kuantitatif kausal. Subjek pada temuan ini yakni konsumen Auto Speed Garage Seririt yang mempergunakan jasa dari Auto Speed lebih dari 1 kali, sementara objeknya yakni seluruh variable yang diujikan dalam temuan ini. Pengumpulan datanya dilaksanakan melalui pencatatan dokumen dan metode kuesioner, serta analisis datanya mempergunakan analisis regresi linier berganda. Pada proses penentuan sampelnya mempergunakan teknik *purposive sampling*. Sampel pada studi ini tercatat 100 informan. Hasil temuan inipun memberikan bukti bahwasanya dengan individual dan bersamaan kualitas pelayanan dan *store atmosphere* menyumbang pengaruhnya dengan signifikan bagi kepuasan konsumen.

Kata kunci: kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, *store atmosphere*

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND STORE ATMOSPHERE
ON CUSTOMER SATISFACTION AT AUTO SPEED GARAGE SERIRIT***

BY

I Komang Hariadi Sugama, NIM 1917041065

Jurusan Manajemen

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of service quality and store atmosphere on customer satisfaction at Auto Speed Garage Seririt both individually and simultaneously. This type of research includes quantitative research through a quantitative causal design. The subjects of this finding were Seririt Auto Speed Garage consumers who used Auto Speed services more than once, while the objects were all the variables tested in this study. Data collection was carried out through document recording and questionnaire methods, as well as data analysis using multiple linear regression analysis. In the process of determining the sample using purposive sampling technique. The sample in this research is 100 informants. These findings also provide evidence that individually and concurrently, service quality and store atmosphere make a significant contribution to customer satisfaction.

Keyword: *customer satisfaction, service quality, store atmosphere*