

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis sejauh mana relevansi dari citra merek, *Store Atmosphere*, dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. Hipotesis dalam penelitian ini citra merek, *Store Atmosphere*, dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen secara parsial. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang loyal pada Kedai Kopi Wedang Galuh yang memiliki jumlah indikator sebanyak 24 dikalikan dengan 5 menghasilkan 120, sehingga sampel yang ditetapkan pada penelitian ini adalah 120 responden. Metode teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan kuesioner. Analisis yang digunakan ialah uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji t, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa store atmosphere secara signifikan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sedangkan citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, dan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: Citra Merek, *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, dan Loyalitas Konsumen

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine and analyze the extent to which the relevance of the brand image, Store Atmosphere, and consumer loyalty. The hypothesis in this study is the brand image, Store Atmosphere, and consumer loyalty. The population used in this study are consumers who are loyal to the coffee shop wedang galuh which has the number of indicators of 24 multiplied by 5 yields 120, so that the sample set in this study was 120 respondents. The sampling technique method used in this research is purposive sampling method. Data collection techniques using observations and questionnaires. The analysis used is the validity test, reliability test, multiple linear regression analysis, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, t test, and coefficient of determination. The results showed that Store Atmosphere had no significant effect on consumer loyalty, while brand image and product quality had a positive and significant effect on consumer loyalty, and simultaneously had a significant positive effect on consumer loyalty.*

*Keywords: Brand image, Store Atmosphere, product quality, and consumer loyalty.*