

## ABSTRAK

Fenomena coffee shop Atas Kota Semarang mengalami Fenomena pada *coffee shop Atas Kota* Semarang mengalami terjadi penurunan konsumen coffee shop Atas Kota pada bulan Februari – Agustus 2020 mengalami penurunan, sedangkan bulan Februari 2021 mengalami puncak penjualan dan mengalami penurunan pada bulan Agustus 2021 . Hasil ini menunjukkan adanya penurunan dalam hal kepuasan pelanggan yang dimana berdasarkan fenomena gap dan riset gap yang diperoleh dari penelitian terdahulu, maka diduga factor yang mempengaruhi penurunan konsumen menganggap bahwa citra merek tidak mempengaruhi coffee shop Atas. Dan Citra merek tidak cukup kuat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan serta kualitas layanan, kualitas makanan, kewajaran harga serta kualitas lingkungan fisik

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen coffee shop Atas Kota Semarang. Teknik pengambilan sampel menggunakan adalah purposive sampling. Sampel yang diambil adalah 125 konsumen coffee shop yang pernah melakukan kunjungan minimal satu kali. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan Google Form. Metode analisis data menggunakan structural equation modelling

Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, Kewajaran Harga dan Kualitas Lingkungan Fisik berpengaruh terhadap citra merek. citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. jalur terkuat yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan coffee shop Atas Kota Semarang adalah jalur Citra Merek yang berdampak pada kepuasan pelanggan coffee shop Atas Kota Semarang

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, Kewajaran Harga, Kualitas Lingkungan Fisik, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan