

ABSTRAK

Tujuan dilakukannya penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh yang dimiliki oleh persepsi harga, kualitas layanan, kualitas produk, dan *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan Adaptasi Kopi. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan Adaptasi Kopi dan sampel yang diperoleh ialah 100 responden. Data yang dikumpulkan melalui cara menyebarkan kuisioner dengan mempergunakan *google form*. Analisis data penelitian ini mempergunakan metode regresi dengan pengujian validitas dan reliabilitas terlebih dahulu untuk memastikan pernyataan kuesioner yang digunakan valid dan reliabel. Alat analisis yang digunakan yaitu SEM-PLS dengan bantuan software SmartPLS.

Melalui penelitian ini didapatkan hasil bahwa persepsi harga mempunyai pengaruh yang positif secara signifikan pada loyalitas pelanggan Adaptasi Kopi. Kualitas layanan mempunyai pengaruh yang positif secara signifikan pada loyalitas pelanggan Adaptasi Kopi. Kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif secara signifikan pada loyalitas pelanggan Adaptasi Kopi. *Store atmosphere* mempunyai pengaruh yang positif secara signifikan pada loyalitas pelanggan Adaptasi Kopi.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, *Store Atmosphere*, Loyalitas Pelanggan