

ABSTRAK

Dyo Adryansyah (1229240077): “Pengaruh *Store Atmosphere*, *Service Quality*, dan *Discount Pricing* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Uniqlo Summarecon Mall Bandung”

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin meningkatnya persaingan bisnis retail fashion yang menuntut perusahaan untuk mampu menciptakan kepuasan pelanggan melalui suasana toko yang nyaman, kualitas pelayanan yang baik, serta strategi harga yang menarik. *Store Atmosphere*, *Service Quality*, dan *Discount Pricing* menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi tingkat *Customer Satisfaction* pelanggan pada Uniqlo Summarecon Mall Bandung.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) apakah terdapat pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Customer Satisfaction*, (2) apakah terdapat pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction*, (3) apakah terdapat pengaruh *Discount Pricing* terhadap *Customer Satisfaction*, (4) apakah terdapat pengaruh secara simultan dari *Store Atmosphere*, *Service Quality*, *Discount Pricing* terhadap *Customer Satisfaction*.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian menggunakan teknik non-probability sampling dengan jumlah responden sebanyak 385 pelanggan Uniqlo Summarecon Mall Bandung. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan studi kepustakaan. Analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai t hitung sebesar 16,774 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai t hitung sebesar 17,703 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. *Discount Pricing* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai t hitung sebesar 18,048 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan, *Store Atmosphere*, *Service Quality*, dan *Discount Pricing* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai F hitung sebesar 505,712 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Selain itu, hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel *Store Atmosphere*, *Service Quality*, dan *Discount Pricing* mampu menjelaskan *Customer Satisfaction* sebesar 79,8%, sedangkan sisanya sebesar 20,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, *Service Quality*, *Discount Pricing*, *Customer Satisfaction*