

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Gaya Hidup terhadap Kepuasan Konsumen, pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen dan pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Coffee Shop* Janji Jiwa Kedungmundu Semarang.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah Accidental Sampling. Sampel dalam penelitian ini 100 orang dari konsumen *Coffee Shop* Janji Jiwa Kedungmundu Semarang dan kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis data secara kuantitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji T dan uji F, serta analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada *coffee shop* Janji Jiwa Kedungmundu Semarang dapat dikatakan baik. Variabel gaya hidup ( $X_1$ ), citra merek ( $X_2$ ), kualitas pelayanan ( $X_3$ ), mampu mempengaruhi kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebesar 82,3 %.

**Kata Kunci:** *Gaya Hidup, Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen.*

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine and explain the effect of Lifestyle on Consumer Satisfaction, the influence of Brand Image on Consumer Satisfaction and the influence of Service Quality on Consumer Satisfaction at the Promise Jiwa Coffee Shop Kedungmundu Semarang.*

*The data used in this study is primary data. The sampling method used is accidental. The sample in this study was 100 people from the consumers of the Promise Jiwa Coffee Shop, Kedungmundu Semarang and then an analysis was carried out on the data obtained using quantitative data analysis. Quantitative analysis includes T test and F test, as well as analysis of the coefficient of determination ( $R^2$ ).*

*The results showed that lifestyle, brand image and quality of service on customer satisfaction at the Promise Jiwa coffee shop Kedungmundu Semarang can be said to be quite good. Lifestyle variables ( $X_1$ ), brand image ( $X_2$ ), service quality ( $X_3$ ), are able to affect consumer satisfaction ( $Y$ ) by 82.3%.*

*Keywords: Lifestyle, Brand Image, Service Quality, and Consumer Satisfaction.*