

ABSTRAK

Ninda De Vega (1820310110), “Pengaruh Strategi Lokasi, Store Atmosphere Dalam Islam dan Hubungan Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Minimarket Hufadz Cabang Krapyak Jepara)”.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh strategi lokasi *store atmosphere dalam islam* dan hubungan pemasaran terhadap kepuasan konsumen yaitu studi pada Minimarket Hufadz. Sampel penelitian ini masyarakat umum yang melakukan pernah melakukan pembelian pada Minimarket Hufadz cabang Krapyak Jepara. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah TRA (*Theory Of Rerasoned Action*) perkembangan dari Icek Ajzen dan Martin Fisbein yang bunyinya “Niat perilaku (*Behavior Itention*) yang tidak pasti karena hanya berniat saja dan bukan termasuk perilaku, sedangkan perilaku (*behavior*) yaitu suatu kegiatan yang nyata dan telah dilaksanakan.” Metode yang digunakan *Simple Random Sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Alat analisis yang digunakan yaitu *Moderate Regression Analysis* dengan bantuan SPSS versi 26.0. Hasil penelitian membuktikan bahwa strategi lokasi dan hubungan pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sedangkan *store atmosphere* dalam islam tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Strategi Lokasi, *Store Atmosphere*, Hubungan Pemasaran, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of the store atmosphere location strategy in Islam and the marketing relationship on consumer satisfaction, namely the study at the Hufadz Minimarket. The sample of this research is the general public who have made purchases at the Hufadz Minimarket Krapyak Jepara branch. The theory used in this research is the TRA (Theory Of Reasoned Action) development of Icek Ajzen and Martin Fisbein which reads "Behavior intention is uncertain because it is only intentional and does not include behavior, while behavior is an activity. which is real and has been implemented." The method used is Simple Random Sampling with a sample size of 100 respondents. The analytical tool used is Moderate Regression Analysis with the help of SPSS version 26.0. The results of the study prove that the location strategy and marketing relationship have an effect on consumer satisfaction, while the store atmosphere in Islam has no effect on consumer satisfaction.

Keywords: *Strategy Location, Store Atmosphere, Relationship Marketing, Customer Satisfaction.*

