

## ABSTRAK

Toko Basmalah adalah toko ritel berbasis syariah yang tersebar di seluruh Jawa Timur. Minimarket ini menawarkan berbagai macam kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari, termasuk bahan makanan, alat tulis, makanan ringan, obat-obatan, dan kebutuhan lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh harga, atmosfer toko, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Supermarket Basmalah di Kecamatan Sukodono. Metode penelitian kuantitatif digunakan, dengan data yang dikumpulkan dari 80 responden melalui kuesioner. Populasi untuk penelitian ini dianggap tidak terbatas, dan teknik pengambilan sampel purposive sampling digunakan. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Temuan dari uji parsial (uji-t) adalah sebagai berikut: 1) Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. 2) Suasana toko tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. 3) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. 4) Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 47,9%, menunjukkan bahwa 47,9% kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel harga, store atmosphere, dan kualitas pelayanan.

**Kata Kunci:** harga, store atmosphere, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen

## **ABSTRACT**

*Toko Basmalah is an Islamic-based retail store with locations throughout East Java. This minimarket offers a wide range of basic needs and daily necessities, including groceries, stationery, snacks, medicines, and other essentials. The purpose of this study is to examine the impact of price, store atmosphere, and service quality on customer satisfaction at the Basmalah Supermarket in Sukodono District. A quantitative research method was employed, with data collected from 80 respondents via questionnaires. The population for this study is considered infinite, and a purposive sampling technique was used. Hypothesis testing was conducted using multiple regression analysis. The findings from the partial tests (t-tests) are as follows: 1) Price does not affect customer satisfaction. 2) Store atmosphere does not affect customer satisfaction. 3) Service quality affects customer satisfaction. 4) The coefficient of determination ( $R^2$ ) is 47.9%, indicating that 47.9% of customer satisfaction can be explained by the variables of price, store atmosphere, and service quality*

**Keywords:** *price, store atmosphere, service quality and customer satisfaction*

