

## ABSTRAK

**Novi Andini, 2023.** Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Atmosfer Toko Terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen pada Toko Sofia Kosmetik Ternate. Ketua Komisi: Johan Fahri, Anggota Komisi: Ririn Damayanti.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Atmosfer Toko Terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu pada konsumen yang pernah berkunjung dan berbelanja di Toko Sofia Kosmetik Ternate. Jumlah sampel penelitian adalah sebanyak 115 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis *Structural Euquation Modeling* (SEM) dengan menggunakan *Smart Partial Least Square (PLS)* versi 4 sebagai alat uji statistik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) kepercayaan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, (2) atmosfer toko tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, (3) kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, (4) atmosfer toko berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, (5) kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, (6) kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, dan (7) atmosfer toko berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

**Kata kunci: Kepercayaan Konsumen, Atmosfer Toko, Loyalitas Konsumen, kepuasan Konsumen.**

## **ABSTRACT**

**Novi Andini, 2023.***The Influence of Consumer Trust and Store Atmosphere on Consumer Loyalty through Consumer Satisfaction at the Sofia Cosmetics Store in Ternate. Commission Chair: Johan Fahri, Commission Member: Ririn Damayanti.*

*This research aims to determine the influence of consumer trust and store atmosphere on consumer loyalty through consumer satisfaction. This research is quantitative research. The population in this research is consumers who have visited and shopped at the Sofia Kosmetik Ternate Store. The total research sample was 115 respondents. The data analysis method used in this research is Structural Equation Modeling (SEM) analysis using Smart Partial Least Square (PLS) version 4 as a statistical test tool.*

*The results of this research show that: (1) consumer trust has no significant effect on consumer loyalty, (2) shop atmosphere has no significant effect on consumer loyalty, (3) consumer trust has a significant effect on consumer satisfaction, (4) shop atmosphere has a significant effect on loyalty consumers, (5) consumer satisfaction has a significant effect on consumer loyalty, (6) consumer trust has a significant effect on consumer loyalty through consumer satisfaction, and (7) store atmosphere has a significant effect on consumer loyalty through consumer satisfaction.*

**Keywords:** *Consumer Trust, Store Atmosphere, Consumer Loyalty, Consumer Satisfaction.*