

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas fisik, perilaku karyawan, keselarasan diri, identifikasi merek dan keselarasan gaya hidup terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas merek pada pelanggan *Starbucks* di Yogyakarta. Penelitian ini mengambil sampel 160 orang mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan teknik purposive sampling yaitu pelanggan *Starbucks* dari kalangan mahasiswa. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Analisis data dilakukan secara deskriptif dan dengan analisis Struktural Equation Modeling (SEM).

Hasil penelitian menyebutkan bahwa: 1) Kualitas fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; 2) Perilaku karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; 3) Keselarasan diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; 4) Identifikasi merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; 5) Keselarasan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; 6) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek.

**Kata Kunci:** kualitas fisik, perilaku karyawan, keselarasan diri, identifikasi merek, keselarasan gaya hidup, kepuasan pelanggan, loyalitas merek.

## **ABSTRACT**

*This study aimed to analyze the influence of physical quality, employee behavior, self-congruence, brand identification and lifestyle-congruence to customer satisfaction and brand loyalty on the customer Starbucks in Yogyakarta. This research take a sample of 160 students from Muhammadiyah University of Yogyakarta with purposive sampling technique is Starbucks customers from the students. Data was collected by questionnaires. Data analysis was performed by descriptive and analytical Structural Equation Modeling (SEM).*

*The result the study that: 1) The physical quality have a positive and significant impact on the customer satisfaction; 2) Employee behavior have a positive and significant impact on the customer satisfaction; 3) Ideal self-congruence have a positive and significant impact on the customer satisfaction; 4) Brand identification have a positive and significant impact on the customer satisfaction; 5) Lifestyle congruence have a positive and significant impact on the customer satisfaction; 6) Customer satisfaction have a positive and significant impact on brand loyalty.*

**Keywords:** *physical quality, employee behavior, ideal self-congruence, brand identification, lifestyle congruence, customer satisfaction, brand loyalty.*