

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Café Awor

Nama Mahasiswa : Della Qoyimatul Jannah

Email : qjdella@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kadiri

Dosen Pembimbing : 1. Yudiarto Perdana Putra, SE, MM

2. Wahyu Dede Gustiawan, SE, M.BA

Perubahan dalam gaya hidup, peningkatan standar hidup, perkembangan pesat kota-kota besar, dan pengaruh media sosial merupakan beberapa faktor yang mendorong pertumbuhan pesat kedai kopi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan di bisnis kedai kopi. Kualitas pelayanan dan promosi merupakan komponen penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan di Café Awor. metode kuantitatif yang digunakan dalam penelitian dengan menggunakan teknik purposive sampling. penelitian ini menggunakan populasi meliputi konsumen yang melakukan pembelian di Café Awor di Kota Kediri, sampel sebanyak 100 orang yang digunakan untuk penelitian karena populasi tidak diketahui. Penelitian ini menggunakan analisis data regresi linier berganda dengan alat bantu statistik menggunakan SPSS versi 23. Hasil analisis uji parsial atau uji t menunjukkan (1) variabel kualitas pelayanan (X1) dengan nilai probabilitas sebesar 0,00 lebih kecil dari α yakni 0,05 menunjukkan terdapat pengaruh parsial. variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. (2) Hasil perhitungan statistik variabel promosi (X2) menunjukkan bahwa nilai probabilitasnya 0,00 lebih rendah dari α 0,05, yang berarti bahwa promosi memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (3) Hasil uji simultan menunjukkan bahwa nilai F hitung 98,664 lebih tinggi dari F tabel 3,09 (98,664 3,09) dan nilai signya 0,000 lebih rendah dari α 0,05, yang berarti bahwa H_0 ditolak. Variabel kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi secara simultan oleh variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel promosi (X2) di Café Awor di Kota Kediri. (4) Uji Koefisien Determinasi (R^2) nilai Adjusted R Square adalah 0,670 atau sebesar 67%. Ini berarti bahwa 67% variasi dalam kepuasan pelanggan di Café Awor di kota Kediri dapat dijelaskan oleh variabel. Kualitas Pelayanan dan Promosi. Kepuasan pelanggan pada café awor dipengaruhi oleh 33% variabel dari luar yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, Promosi, Kepuasan pelanggan

ABSTRACT

SERVICE QUALITY AND PROMOTION ON THE CUSTOMER SATISFACTION CAFÉ AWOR

Student Name : Della Qoyimatul Jannah

Email : qjdella@gmail.com

Faculty of Economics and Business, Kadiri University

Supervisor : 1. Yudiarto Perdana Putra, SE, MM

2. Wahyu Dede Gustiawan, SE, M.BA

Changes in lifestyle, increasing living standards, rapid development of big cities, and the influence of social media are some of the factors driving the rapid growth of coffee shops. The aim of this research is to examine and analyze the influence of service quality and promotion variables on customer satisfaction in the coffee shop business. Service quality and promotion are important components in creating customer satisfaction at Café Awor. The quantitative method used in the research uses purposive sampling techniques. This research uses a population including consumers who make purchases at Café Awor in Kediri City, a sample of 100 people is used for research because the population is unknown. This research uses multiple linear regression data analysis with statistical tools using SPSS version 23. The results of the partial test analysis or t test show (1) the service quality variable (X1) with a probability value of 0.00 which is smaller than α , namely 0.05, indicating there is a partial influence. service quality variables on customer satisfaction. (2) The results of the statistical calculation of the promotion variable (X2) show that the probability value of 0.00 is lower than α 0.05, which means that promotion has a significant partial effect on customer satisfaction. (3) The results of the simultaneous test show that the calculated F value of 98.664 is higher than the F table of 3.09 (98.664 3.09) and the sign value of 0.000 is lower than α 0.05, which means that H_0 is rejected. The customer satisfaction variable (Y) is influenced simultaneously by the service quality variable (X1) and the promotion variable (X2) at Café Awor in Kediri City. (4) The Determination Coefficient Test (R2) Adjusted R Square value is 0.670 or 67%. This means that 67% of the variation in customer satisfaction at Café Awor in the city of Kediri can be explained by variables. Quality of Service and Promotion. Customer satisfaction at Café Awor is influenced by 33% of external variables that were not researched

Keywords: *service quality, promotion, customer satisfaction*