

ABSTRAK

Anggas Wari, NIM 7201260005. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Gutenacht di Desa Tanjung Kuba Kecamatan Air Putih”. Skripsi, Prodi Kewirausahaan, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan 2024.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau puas yang dirasakan oleh pelanggan setelah menggunakan suatu produk atau layanan, yang muncul ketika harapan mereka terhadap produk atau layanan tersebut terpenuhi atau bahkan terlampaui.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, yang fokus pada hubungan antara dua variabel atau lebih. Survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner untuk mengumpulkan data, dan analisis data dilakukan secara statistik guna menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Pendekatan kuantitatif ini didasarkan pada filsafat positivisme, di mana data dikumpulkan dari populasi atau sampel tertentu untuk memperoleh hasil yang objektif dan terukur. Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 97 orang yang pernah berkunjung karena tertarik pada usaha cafe Gutenacht di Desa Tanjung Kuba Kecamatan Air Putih. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan angket atau kuesioner dengan pengukuran skala *likert* dan diolah dengan statistic menggunakan analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis dengan Uji-F, Uji-T dan Koefisien Determinasi yang sebelumnya dilakukan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program *SPSS 29 for windows*.

Secara parsial kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di cafe Gutenacht di Desa Tanjung Kuba Kecamatan Air Putih. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terlihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($15,124 > 3,10$) dan nilai signifikansi nya $0,01 < 0,05$. Uji koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar yang berarti bahwa kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 77,1% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Promosi, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Anggas Wari, NIM 7201260005. "The Influence of Service Quality and Promotion on Customer Satisfaction at Cafe Gutenacht in Tanjung Kuba Village, Air Putih District". Thesis, Entrepreneurship Study Program, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Medan, 2024.

Customer satisfaction is the feeling of pleasure or satisfaction experienced by customers after using a product or service, which arises when their expectations of the product or service are met or even exceeded.

This research was conducted to determine the effect of service quality and promotion on customer satisfaction. The study used a quantitative method with an associative approach, focusing on the relationship between two or more variables. The survey was conducted by distributing questionnaires to collect data, and data analysis was performed statistically to test the formulated hypotheses. This quantitative approach is based on positivism philosophy, where data is collected from a specific population or sample to obtain objective and measurable results. The sampling technique used is Purposive Sampling, with a sample size of 97 people who have visited cafe Gutenacht in Tanjung Kuba Village, Air Putih District. Data collection was conducted by distributing questionnaires using a Likert scale and processed statistically using multiple linear regression analysis, and hypothesis testing with F-test, T-test, and Coefficient of Determination, preceded by validity, reliability, and classical assumption tests. Data processing in this study used SPSS 29 for Windows.

Partially, service quality and promotion have a positive and significant effect on customer loyalty at cafe Gutenacht in Tanjung Kuba Village, Air Putih District. The results of this study show that the variables of service quality and promotion simultaneously influence customer satisfaction. This is evident from the F-value > F-table ($15.124 > 3.10$) and a significance value of $0.01 < 0.05$. The coefficient of determination test shows a value indicating that service quality and promotion affect customer satisfaction by 77.1%, while the remaining percentage is influenced by other variables.

Keywords: Service Quality, Promotion, Customer Satisfaction