

ABSTRAK

Farah Faadhilah, NIM 7173210009. “Pengaruh *Responsiveness*, *Empathy* dan *Tangible* Terhadap Kepuasan Konsumen Teras Cafe Medan”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *responsiveness*, *empathy* dan *tangible* terhadap kepuasan konsumen Teras Cafe Medan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan cara *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang konsumen di Teras Cafe Medan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang pengukurannya dengan skala *likert* dan diolah secara statistik menggunakan analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis dengan uji F, uji t dan koefisien determinasi yang sebelumnya data telah diuji menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Pengolahan data menggunakan program SPSS 20.0 *for windows*.

Secara parsial *responsiveness*, *empathy* dan *tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Teras Cafe Medan. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *responsiveness*, *empathy* dan *tangible* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terlihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel} = 80,252 > 2,70$ dan nilai signifikannya $0,000 < 0,05$. Uji koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 0,715 yang berarti bahwa *responsiveness*, *empathy* dan *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 71,5% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang lain.

Kata Kunci: *responsiveness*, *empathy*, *tangible*, kepuasan konsumen



ABSTRAC

Farah Faadhilah, NIM 7173210009 “The Effect of Responsiveness, Empathy and Tangible on Consumer Satisfaction at Teras Cafe Medan”

This study aims to determine the effect of responsiveness, empathy and tangible on consumer satisfaction Teras Cafe Medan. This study uses quantitative methods with sampling techniques using non-probability sampling techniques by purposive sampling, with a sample of 100 consumers at Teras Cafe Medan. Data collection techniques in this study were carried out by distributing questionnaires whose measurements were using a Likert scale and statistically processed using multiple linear regression analysis and hypothesis testing with F test, t test and coefficient of determination. classic assumption test. Data processing using SPSS 20.0 for windows program.

Partially responsiveness, empathy and tangible have a positive and significant impact on consumer satisfaction at Teras Cafe Medan. Based on the results of the study indicate that the variables of responsiveness, empathy and tangible simultaneously affect consumer satisfaction. This can be seen from the value of $F_{count} > F_{table} = 80.252 > 2.70$ and the significant value is $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination test shows a value of 0.715 which means that responsiveness, empathy and tangible influence on consumer satisfaction by 71.5% while the rest is influenced by other variables.

Keywords: responsiveness, empathy, tangible, consumer satisfaction

