

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA ANETOS
COFFEE AND BRUNCH**

Fachrizal Ibrahim
(E2A018124)

Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Semarang

Email : fachrizalibrahim.fi@gmail.com

Abstract

Companies must be able to generate appealing promotional methods, rates, and service quality to win over their clients in order to ensure the continuation of their business in an increasingly fierce market. One of the keys to a company's success is customer happiness. Customer satisfaction refers to a person's feelings after comparing their perceived performance or results to their expectations.

The goal of this study was to see if promotion (X1), price (X2), and service quality (X3) all have a favorable effect on Anetos Coffee and Brunch customer satisfaction in a partial and simultaneous way. The study's population was 1000 people, and the sample size was computed using the Solving technique to provide 92 responders. Purposive survey technique is used to sample buyers who have visited the store at least twice. This research was conducted for 32 days starting from 26 April 2022 to 28 May 2022.

The results of the multiple linear regression equation are $Y = 2,582 + 0,436 X_1 + 0,559 X_2 + 0,286 X_3 + e$. The results of the t-test of promotion (X1) are $3.702 > 1.661$ sign .000 < 0.05, Price (X2) is $4.513 > 1.661$ sig .000 < 0.5, Service Quality (X3) $3.527 > 1.661$ sig 0.002 < 0.05, it can be concluded that all variables partially have a positive and significant effect on customer satisfaction. $F_{count} > F_{table}$ ($3.983 > 2.474$) and probability value < significance ($0.010 < 0.05$). The independent variable has a favorable and large impact on customer satisfaction at the same time. In the table, the R Square value is 0.120, indicating that the independent variables of Promotion, Price, and Service Quality can explain 9% of the dependent variables, Customer Satisfaction. The remaining 91% can be explained by factors other than the research model.

Keywords : promotion, price, service quality, satisfaction.

PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA ANETOS COFFEE AND BRUNCH

Fachrizal Ibrahim
(E2A018124)

Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Semarang

Email : fachrizalibrahim.fi@gmail.com

ABSTRAK

Untuk mempertahankan keberlangsungan suatu usaha dalam persaingan yang semakin ketat, menyebabkan perusahaan harus mampu menciptakan strategi promosi, harga, dan kualitas pelayanan yang menarik untuk memenangkan pelanggannya. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan sesuai apa yang diharapkannya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis apakah Promosi (X_1), Harga (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) secara parsial dan simultan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan Anetos Coffee and Brunch. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 1000 orang sedangkan untuk sampelnya dihitung menggunakan rumus slovin sebanyak 92 responden. Teknik dalam pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* kepada pembeli yang telah melakukan kunjungan minimal sebanyak 2 kali. Penelitian ini dilakukan selama 32 hari dimulai dari 26 April 2022 sampai dengan 28 Mei 2022.

Hasil persamaan regresi linier berganda yaitu $Y = 2,582 + 0,436 X_1 + 0,559 X_2 + 0,286 X_3 + e$. Hasil uji t dari promosi (X_1) yaitu $3,702 > 1,661$ sig ,000 < 0,05, Harga (X_2) yaitu $4,513 > 1,661$ sig ,000 < 0,05, Kualitas Pelayanan (X_3) $3,527 > 1,661$ sig 0,002 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($3,983 > 2,474$) dan nilai probabilitas < signifikansi ($0,010 < 0,05$). Maka variabel independen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai R Square pada tabel dapat diketahui sebesar 0,120 yang berarti bahwa 9% variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan melalui variabel independen yang terdiri dari Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan . sedangkan sisanya 91% dapat dijelaskan diluar model penelitian.

Kata Kunci : Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan