

PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA DE'CAFE MEDAN TUNTUNGAN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di De'Cafe Medan Tuntungan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 99 responden yang merupakan pelanggan De'Cafe. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,138 > t_{tabel} 1,984 dan signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa promosi yang efektif dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara signifikan. Selain itu, kualitas pelayanan (X2) juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t_{hitung} 6,470 > t_{tabel} 1,984 dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Hasil uji regresi linear berganda menghasilkan persamaan: $Y = 13.644 + 0.212X_1 + 0.490X_2$ Dimana konstanta sebesar 13.644 menunjukkan bahwa tanpa adanya promosi dan kualitas pelayanan, kepuasan konsumen tetap berada pada tingkat tersebut. Koefisien promosi sebesar 0,212 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam promosi akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,212 satuan. Sementara itu, koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,490 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,490 satuan. Hasil uji F menunjukkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai F_{hitung} 20,780 > F_{tabel} 3,09 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 29,6%, sementara 70,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian ini, De'Cafe Medan Tuntungan disarankan untuk meningkatkan strategi promosi dengan memanfaatkan media sosial dan influencer agar lebih efektif dalam menjangkau konsumen. Selain itu, peningkatan kualitas pelayanan seperti keramahan staf, kecepatan pelayanan, serta kebersihan tempat juga perlu diperhatikan agar kepuasan konsumen semakin meningkat.

Kata kunci: Promosi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

THE INFLUENCE OF PROMOTION AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT DE'CAFE MEDAN TUNTUNGAN

ABSTRAK

This study aims to analyze the effect of promotion and service quality on customer satisfaction at De'Cafe Medan Tuntungan. The research employs a quantitative method with multiple linear regression analysis. Data were collected through questionnaires distributed to 99 respondents who are customers of De'Cafe. The study results show that promotion (X1) has a significant effect on customer satisfaction (Y), with a t-value of $3.138 > t\text{-table } 1.984$ and a significance value of $0.002 < 0.05$. This proves that effective promotion can significantly increase customer satisfaction. Additionally, service quality (X2) also has a significant effect on customer satisfaction, with a t-value of $6.470 > t\text{-table } 1.984$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. This means that the better the service quality provided, the higher the level of customer satisfaction. The multiple linear regression equation obtained is: $Y = 13.644 + 0.212X_1 + 0.490X_2$. The constant value of 13.644 indicates that even without promotion and service quality, customer satisfaction remains at that level. The promotion coefficient of 0.212 suggests that each one-unit increase in promotion will raise customer satisfaction by 0.212 units. Meanwhile, the service quality coefficient of 0.490 indicates that each one-unit increase in service quality will enhance customer satisfaction by 0.490 units. The F-test results show that promotion and service quality simultaneously have a significant effect on customer satisfaction, with an F-value of $20.780 > F\text{-table } 3.09$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. Furthermore, the coefficient of determination (R^2) test reveals that promotion and service quality account for 29.6% of the variation in customer satisfaction, while the remaining 70.4% is influenced by other factors not examined in this study. Based on these findings, De'Cafe Medan Tuntungan is advised to enhance its promotion strategy by leveraging social media and influencers to reach more consumers effectively. Additionally, improving service quality aspects such as staff friendliness, service speed, and cleanliness should be prioritized to further enhance customer satisfaction.

Keywords: Promotion, Service Quality, Customer Satisfaction