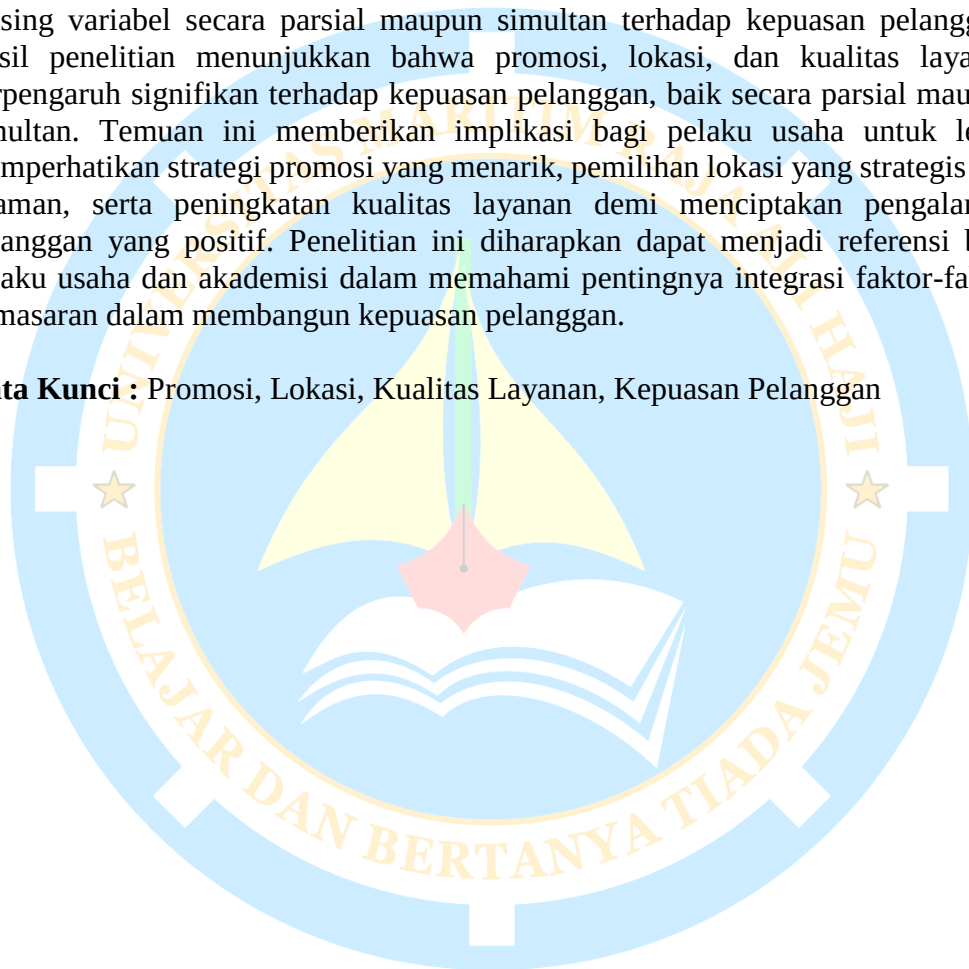


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Kopi Rakyat Kota Tanjungpinang. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada persaingan ketat di industri kedai kopi lokal yang mengharuskan pelaku usaha untuk memahami faktor-faktor penentu kepuasan pelanggan guna meningkatkan loyalitas dan daya saing bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan Kedai Kopi Rakyat. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh masing-masing variabel secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, lokasi, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini memberikan implikasi bagi pelaku usaha untuk lebih memperhatikan strategi promosi yang menarik, pemilihan lokasi yang strategis dan nyaman, serta peningkatan kualitas layanan demi menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha dan akademisi dalam memahami pentingnya integrasi faktor-faktor pemasaran dalam membangun kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Promosi, Lokasi, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of promotion, location, and service quality on customer satisfaction at Kedai Kopi Rakyat in Tanjungpinang City. The research is motivated by the intense competition in the local coffee shop industry, which requires business owners to understand the key factors that determine customer satisfaction in order to enhance customer loyalty and business competitiveness. A quantitative approach was used, with data collected through surveys distributed to customers of Kedai Kopi Rakyat. The data were analyzed using multiple linear regression to test the partial and simultaneous effects of the independent variables on customer satisfaction. The results indicate that promotion, location, and service quality have significant effects on customer satisfaction, both individually and collectively. These findings imply that business owners should pay greater attention to implementing attractive promotional strategies, choosing strategic and convenient locations, and improving service quality to deliver a positive customer experience. This research is expected to serve as a valuable reference for both practitioners and academics in understanding the integration of marketing factors in building customer satisfaction.

Keywords: Promotion, Location, Service Quality, Customer Satisfaction.

