

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI DI CLARESTA COFFEE MEDAN- SUMATERA UTARA

Kesya Varella Sie¹ Felicia Austin² Yusniar Lubis³

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Prima Indonesia¹²,
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area³

Author Coresponden: Khomeiny Yuniar

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Prima Indonesia,
PUI Kopi Aren Universitas Prima Indonesia

Email: Khomeiyyuniar@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada *Claresta Coffee* Medan. Perkembangan industri *coffee shop* di Indonesia yang semakin pesat menjadikan kopi tidak hanya sebagai minuman, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat, khususnya mahasiswa dan generasi muda di perkotaan. Kondisi tersebut mendorong pelaku usaha untuk terus meningkatkan kualitas produk, pelayanan, serta strategi pemasaran agar mampu menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Claresta Coffee* yang berlokasi di kawasan strategis dekat kampus di Kota Medan menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat sehingga perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal yang bersifat eksplanatori. Populasi penelitian adalah pelanggan *Claresta Coffee* Medan sebanyak 300 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling dan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh 171 responden sebagai sampel penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun simultan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi, dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Claresta Coffee* Medan. Di antara variabel tersebut, kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan faktor yang paling dominan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen *Claresta Coffee* dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif serta meningkatkan kualitas layanan agar mampu mempertahankan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan dan memperkuat loyalitas pelanggan di masa mendatang.

Kata kunci: *Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Kepuasan Pelanggan*