

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Cita Rasa, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Brand* Kopi Fore di *Sun Plaza Mall* - Medan Sumatera Utara

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, cita rasa, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan. Permasalahan yang terjadi pada *store* kopi *Fore* yaitu kurangnya kualitas produk, harga yang terlalu tinggi, cita rasa yang tidak konsisten dan promosi yang jarang dilakukan, sehingga menimbulkan permasalahan turunnya kepuasan pelanggan pada *brand* kopi Fore. pada *store* kopi *Fore* adalah pelanggan mengeluhkan kualitas produk yang tidak sesuai dengan harapan konsumen sehingga menyebabkan menurunnya kepuasan pelanggan. harga yang ditawarkan Kopi *Fore* tidak sebanding dengan kualitas produk, pelayanan, atau pengalaman yang didapatkan sehingga menimbulkan penurunan kepuasan pelanggan. Ketidaksesuaian ekspektasi konsumen terhadap cita rasa yang diharapkan sehingga menyebabkan menurunnya kepuasan pelanggan. jaranganya promosi yang dilakukan oleh *brand* kopi Fore pada promosi di sosial media yang menyebabkan turunnya kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan sampel yang digunakan adalah 192 responden. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan sampling jenuh. Kesimpulan penelitian ini adalah secara parsial kualitas produk, harga, cita rasa, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja. Secara simultan kualitas produk, harga, cita rasa, promosi bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : kualitas produk, harga, cita rasa, promosi, kepuasan pelanggan

The Influence of Product Quality, Price, Taste, and Promotion on Customer Satisfaction of the Kopi Fore Brand at Sun Plaza Mall - Medan, North Sumatra

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of product quality, price, taste, and promotion on customer satisfaction. Problems encountered at Fore Coffee stores include poor product quality, excessively high prices, inconsistent taste, and infrequent promotions, leading to a decline in customer satisfaction with the Fore Coffee brand. At Fore Coffee stores, customers complained about product quality that did not meet their expectations, leading to a decline in customer satisfaction. The prices offered by Fore Coffee were not commensurate with the quality of the product, service, or experience received, leading to a decline in customer satisfaction. Inconsistencies in consumer expectations regarding the expected taste led to a decline in customer satisfaction. Infrequent promotions by the Fore Coffee brand on social media led to a decline in customer satisfaction. This study used quantitative research with a sample of 192 respondents. The data analysis method used multiple linear regression with saturated sampling. The conclusion of this study is that product quality, price, taste, and promotion partially have a positive and significant effect on job satisfaction. Product quality, price, taste, and promotion simultaneously influence customer satisfaction.

Keywords: product quality, price, taste, promotion, customer satisfaction