

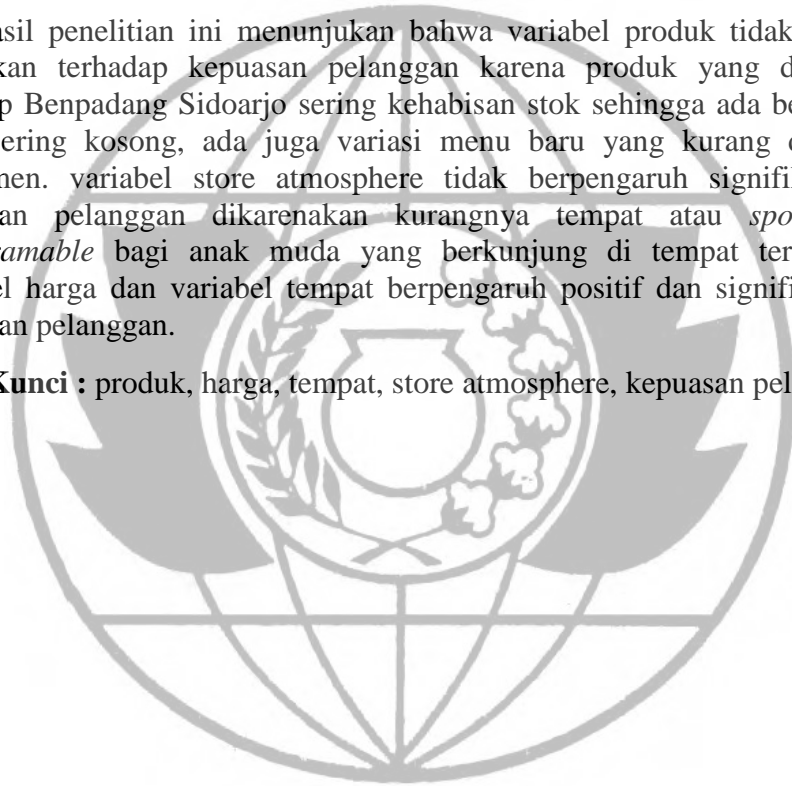
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Produk, Harga, Tempat dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warkop Benpadang Sidoarjo. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang berkunjung dan melakukan pembelian pada Warkop Benpadang Sidoarjo.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik one shot method atau pengukuran sekali saja terhadap 100 responden. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan menggunakan aplikasi SPSS versi 20.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena produk yang ditawarkan di Warkop Benpadang Sidoarjo sering kehabisan stok sehingga ada beberapa *menu* yang sering kosong, ada juga variasi menu baru yang kurang diminati oleh konsumen. variabel store atmosphere tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dikarenakan kurangnya tempat atau *spot* foto yang *instagramable* bagi anak muda yang berkunjung di tempat tersebut. Untuk variabel harga dan variabel tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : produk, harga, tempat, store atmosphere, kepuasan pelanggan.



ABSTRACT

This research aimed to analyze and find out the effect of product, price, place, and atmosphere store on the customers' satisfaction at Warkop Benpadang Sidoarjo. Furthermore, the population of this research used 100 respondents who have ever visited and purchased at Warkop Benpadang Sidoarjo.

Furthermore, the data collection technique of this research used the one-shot technique i.e. only one measurement to 100 respondents. Meanwhile, the data analysis technique used multiple linear regressions analysis and used SPSS application 20.0 version.

The result of this research showed that the variable of a product has a positive and significant effect on the customers satisfaction because the product offers to take away and use natural ingredients, while the price variable had a positive and significant effect on the customers satisfaction because the price was affordable for students, but the place variable did not have a significant effect on the customer satisfaction because the place is more intensive on the variables of product, price, and store atmosphere, and the store atmosphere variable had a positive and significant effect on the customers satisfaction since there was live music as the entertainment

Keywords: *product, price, place, store atmosphere, customers' satisfaction.*

