

ABSTRAK

Manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan suasana toko terhadap kepuasan pelanggan di Distro Chickcool Plaza Parahyangan Kota Bandung baik secara simultan dan parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel 130 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan menyebarkan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, uji hipotesis dan analisis koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, suasana toko dan kepuasan pelanggan di Distro Chickcool Plaza Parahyangan Kota Bandung dapat dikatakan cukup baik. Kualitas produk dan suasana toko memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 58,1%. Pengaruh variabel independen yang dominan adalah kualitas produk dengan koefisien sebesar 31,6%. Sedangkan suasana toko koefisiennya sebesar 26,5%.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Suasana Toko dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Marketing management is the art and science of choosing target markets and achieve, maintain, and grow customers by creating, delivering, and communicating superior customer value.

This study aims to determine how much influence the product quality and store atmosphere to customer satisfaction in the distributions Chickcool Plaza Parahyangan Bandung both simultaneously and partially. The method used is descriptive and verification with a sample of 130 respondents. Data collection techniques used were observation, interviews and distributing questionnaires. Data analysis method used is multiple linear regression analysis, multiple correlation analysis, hypothesis testing and coefficient of determination.

The results showed that the quality of the product, store atmosphere and customer satisfaction in distributions Chickcool Plaza Parahyangan in Bandung can be quite good. Product quality and store atmosphere giving effect to customer satisfaction that is equal to 58.1%. The dominant influence of the independent variables is a quality product with a coefficient of 31.6%. While the atmosphere of the store coefficient of 26.5%.

Keywords : Product Quality, Atmosphere Stores and Customer Satisfaction