

ABSTRAK

ALDI. 2023 Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Sosial Media Terhadap Kepuasan Konsumen Coffee Shop Sold Drink Kabupaten Barru. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, Dibimbing Oleh : Buyung Romadhoni dan Sherry Adelia Natsir Kalla

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen, promosi Sosial media terhadap kepuasan konsumen Coffee shop sold drink di Kabupaten Barru. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan dengan cara, pengambilan data menggunakan instrumen penelitian, Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder berupa Pembahasan, kuesioner dan dokumentasi. Hasil Penelitian Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi sosial media terhadap kepuasan konsumen Coffee Shop Sold Drink meliputi kinerja, Keistimewaan Tambahan, Kesesuaian dengan spesifikasi, Daya tahan dan Estetika dan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan Promosi sosial media (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y)

Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

ALDI. 2023 The Effect of Product Quality and Social Media Promotion on Consumer Satisfaction Coffee Shop Sold Drink Barru Regency. Thesis. Management Department, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar, Supervised by: Buyung Romadhoni and Sherry Adelia Natsir Kalla

This study aims to examine the effect of product quality on consumer satisfaction, social media promotion on consumer satisfaction Coffee shop sold drinks in Barru District. This type of research uses a quantitative method, namely a research method based on the philosophy of positivism, used to examine certain populations or samples. The sampling technique is generally carried out by collecting data using research instruments. The types and sources of data used are primary data and secondary data in the form of discussions, questionnaires and documentation. The results of the research on the influence of product quality and social media promotion on consumer satisfaction Coffee Shop Sold Drink include performance, additional features, conformance with specifications, durability and aesthetics and this study shows that service quality variables (X1) and social media promotion (X2) have a positive effect significant to consumer satisfaction (Y)

Keywords: Product Quality, Promotion, Consumer Satisfaction

