

## ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Keragaman Produk, Citra Merek dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Warung Kopi BD Sukowiyono Tulungagung**” yang ditulis oleh Chavid Ichsan Rahmadi, NIM. 12402183128, dengan dosen pembimbing Ibu Wahyu Dwi Warsitasari, M. Pd.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ramainya usaha sejenis warung kopi maupun kedai di setiap sudut daerah Tulungagung, Jawa Timur. Budaya ngopi di Tulungagung menjadi rutinitas masyarakat sebagai tempat santai, bertemu dan juga bekerja sehingga meningkatkan jumlah usaha warung kopi semakin meningkat. Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel keragaman produk, citra merek dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Warkop BD Sukowiyono Tulungagung, (2) pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan konsumen, (3) pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen, (4) pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif jenis asosiatif, dengan populasi adalah konsumen warkop BD Sukowiyono Tulungagung, Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya sehingga digunakan teknik penarikan jumlah sampel diambil dari rumus Lameshow dan diperoleh sampel 100 responden pengunjung Warkop BD Sukowiyono, sumber data primer yang digunakan adalah angket dengan pengukuran skala likert. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik *insidental sampling* yaitu pengambilan data berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dan cocok dijadikan responden dan analisis hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Secara bersama sama atau simultan diketahui keragaman produk, citra merek dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (2) Keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini karena di Warkop BD Sukowiyono memiliki keunikan produk yang tidak dimiliki oleh empat lain, jenis jajanan sundukan yang sangat beraneka ragam, (3) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Warkop BD Sukowiyono yang artinya warkop sudah berhasil membangun persepsi baik dari masyarakat (4) Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, karena berada di lokasi strategis dan bersebelahan dengan balai desa pusat keramaian agenda desa dan lalu lalang masyarakat.

**Kata kunci :** *Citra Merek, Kepuasan Konsumen, Keragaman Produk,, Lokasi*

## **ABSTRACT**

*The thesis entitled "The Influence of Product Diversity, Brand Image and Location on Consumer Satisfaction at BD Sukowiyono Tulungagung Coffee Shop" written by Chavid Ichsan Rahmadi, NIM. 12402183128, with supervisor Mrs. Wahyu Dwi Warsitasari, M. Pd.*

*This research is motivated by the hectic business of a type of coffee shop or shop in every corner of the Tulungagung area, East Java. Coffee culture in Tulungagung has become a community routine as a place to relax, meet and also work so that the number of coffee shop businesses is increasing. The aims of this study were (1) to determine the simultaneous effect of product diversity, brand image and location variables on customer satisfaction of Warkop BD Sukowiyono Tulungagung, (2) the effect of product diversity on customer satisfaction, (3) the effect of brand image on customer satisfaction, (4) ) the effect of location on consumer satisfaction.*

*The research method used is quantitative associative type, with the population being consumers of Warkop BD Sukowiyono Tulungagung. The population in this study is unknown, so the number of samples taken from the Lameshow formula is used and a sample of 100 respondents is obtained from Warkop BD Sukowiyono visitors. The primary data source used is a questionnaire with a Likert scale measurement. The data collection technique uses incidental sampling technique, namely data collection based on anyone who coincidentally meets and is suitable as a respondent and hypothesis analysis uses multiple linear regression analysis.*

*The results of the study show that (1) Simultaneously, it is known that product diversity, brand image and location have a positive and significant impact on consumer satisfaction. (2) Product diversity has a positive and significant effect on consumer satisfaction. in Warkop BD Sukowiyono, which means that the warkop has succeeded in building good perceptions from the community (4) Location has a positive and significant effect on consumer satisfaction, because it is in a strategic location and is next to the village hall, the center of the village agenda and people passing by.*

**Keywords: Brand Image, Consumer Satisfaction, Location, Product Diversity**