

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, *Experiental Marketing*, dan *Servicescape* Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Cafè Terasmu Tulungagung)”. Ini ditulis oleh Rangga Wana Segara, NIM 12402173326, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Dosen Pembimbing Dr. H. Mashudi M.Pd.I.

Skripsi ini dilatar belakangi oleh penurunan penjualan pada Cafè Terasmu yang disebabkan oleh meningkatnya bisnis café di Tulungagung sehingga terjadinya persaingan yang sangat ketat di antara pengusaha bisnis Cafè. Salah satu strategi yang dilakukan adalah dengan meningkatkan kepuasan konsumen yaitu dimana dalam penelitian ini peneliti mengambil empat faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yakni lokasi, kualitas produk, *experiental marketing* dan *servicescape*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara parsial dan simultan lokasi, kualitas produk, *experiental marketing*, dan *servicescape* terhadap kepuasan konsumen Cafè Terasmu Tulungagung.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh. Sampel penelitian ini sebanyak 100 responden yaitu konsumen Cafè Terasmu Tulungagung yang sedang berkunjung. Sumber data diperoleh melalui 100 kuisisioner yang dibagikan kepada responden yang selanjutnya diobservasi dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk membuktikan hipotesis pada penelitian ini.

Hasil pengujian pada uji t menunjukkan bahwa secara parsial variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan. Sedangkan hasil pengujian pada uji t pada variabel kualitas produk menunjukkan bahwa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan, begitu juga dengan variabel *experiental marketing* dan *servicescape* berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan untuk pengujian hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan lokasi, kualitas produk, *experiental marketing*, dan *servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cafè Terasmu Tulungagung. Hasil analisis determinan R sebesar 61% variabel kepuasan konsumen dipengaruhi oleh lokasi, kualitas produk, *experiental marketing*, dan *servicescape*. Dan sisanya sebesar 39% oleh variabel lain.

Kata Kunci : Lokasi, Kualitas Produk, *Experiental Marketing*, *Servicescape* dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Location, Product Quality, Experiential Marketing, and Servicescape on Consumer Satisfaction (Study on Consumers of Terasmu Cafè Tulungagung)". This was written by Rangga Wana Segara, NIM 12402173326, Department of Sharia Economics, Faculty of Economics and Islamic Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Advisor Dr. H. Mashudi M.Pd.I.

This thesis is motivated by the decline in sales at the Terasmu Cafè caused by the increase in the Cafè business in Tulungagung so that there is very tight competition among Cafè business entrepreneurs. One of the strategies used is to increase customer satisfaction, where in this study researchers took four factors that influence customer satisfaction, namely location, product quality, experiential marketing and servicescape. The purpose of this study was to partially and simultaneously test location, product quality, experiential marketing, and servicescape on consumer satisfaction at Terasmu Tulungagung Cafè.

The research method used is a quantitative approach with associative research type. The technique used in sampling is saturated sampling technique. The sample of this study was 100 respondents, namely Terasmu Tulungagung Cafè consumers who were visiting. Sources of data obtained through observation and analyzed using multiple linear regression to prove the hypothesis in this study.

The test results on the t test show that partially the location variable has no significant effect. While the variables of product quality, experiential marketing and servicescape have a positive and significant effect. While the results of the F test show that partially location, product quality, experiential marketing, and servicescape have a positive and significant effect on customer satisfaction at Terasmu Tulungagung Cafè. The results of the analysis of the determinant R of 61% of the consumer satisfaction variable is influenced by location, product quality, experiential marketing, and servicescape. And the remaining 39% by other variables.

Keywords: *Location, Product Quality, Experiential Marketing, Servicescape and Consumer Satisfaction.*