

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Pengaruh Promosi Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Dunkin Donuts Jemur Andayani Surabaya**”. Skripsi ini ditulis oleh **DHEVI ARIF WIBOWO, NIM 16210345**, Prodi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Mahardhika Surabaya. Semakin ketatnya persaingan di era modern dan serba canggih sekarang ini melatarbelakangi penulis untuk melakukan penelitian bagaimana cara Promosi Produk, Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* di Dunkin’ Donuts sebagai brand lama yang masih bisa eksis hingga saat ini bisa memuaskan para pelanggannya.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan metode kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah 100 Orang Konsumen *dine in* di Dunkin’ Donuts Jemur Andayani. Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan, peneliti menggunakan Teknik Kuesioner Dan Dokumentasi. Sedangkan untuk pengolahan data peneliti menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan software SPSS.

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan pada pengolahan data yang terkumpul dari penyebaran kuesioner kepada responden pelanggan Dunkin’ Donuts Jemur Andayani Surabaya, setelah dianalisis adalah Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Dunkin’ Donuts Jemur Andayani Surabaya dengan besaran pengaruh sebesar 0.246 atau 24.6%. dan arah koefisien pengaruh positif. Ditunjang dengan Kualitas Pelayanan yang berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Dunkin’ Donuts Jemur Andayani Surabaya dengan besaran pengaruh sebesar 0.544 atau 54.4% dan arah koefisien pengaruh positif. *Store Atmosphere* pun memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan Dunkin’ Donuts Jemur Andayani Surabaya dengan besaran pengaruh sebesar 0.174 atau 17.4% dan arah koefisien pengaruh positif. Sehingga Promosi, Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Dunkin’ Donuts Jemur Andayani Surabaya.

***Kata Kunci : promosi produk, kualitas pelayanan, store atmosphere***

## ABSTRACT

*This thesis is entitled "The Effect of Product Promotion, Service Quality, and Store Atmosphere on Customer Satisfaction at Dunkin' Donuts Jemur Andayani Surabaya". This thesis was written by DHEVI ARIF WIBOWO, NIM 16210345, Management Study Program of the Mahardhika College of Economics (STIE) Surabaya. The increasingly fierce competition in today's modern and sophisticated era has motivated the author to conduct research on how to promote product, service quality and store atmosphere at Dunkin' Donuts as an old brand that can still exist to this day to satisfy its customers.*

*This research is a field research by using quantitative methods. Sample of this research is 100 dine-in consumers at Dunkin' Donuts Jemur Andayani. To collect the required data, the researcher used Questionnaire and Documentation Techniques. Meanwhile, for data processing, researchers used multiple linear regression using SPSS software.*

*The result that can be drawn is based on the processing of the data collected from distributing questionnaires to the customer respondents of Dunkin' Donuts Jemur Andayani Surabaya, after being analyzed, promotion has a significant effect on customer satisfaction at Dunkin' Donuts Jemur Andayani Surabaya with the magnitude of the effect of 0.246 or 24.6% and the direction of the coefficient. positive effect. Supported by Service Quality which has a significant effect on Customer Satisfaction Dunkin' Donuts Jemur Andayani Surabaya with a magnitude of influence of 0.544 or 54.4% and the direction of the coefficient of positive influence. Store atmosphere also has a significant influence on customer satisfaction at Dunkin' Donuts Jemur Andayani Surabaya with a magnitude of 0.174 or 17.4% and the direction of the coefficient of positive influence. So that Promotion, Service Quality and Store Atmosphere have a simultaneous effect on customer satisfaction at Dunkin' Donuts Jemur Andayani Surabaya.*

**Keyword : product promotion, service quality, store atmosphere**