



SKRIPSI

PENGARUH HARGA DAN KONTEN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPKIT KOTA PADANG

Oleh:

NAMA : HIKMATUL FATJRIAH
NIM : 22070044
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
2026





PENGESAHAN

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan tim penguji skripsi pada tanggal
23 Februari 2026

Judul: Pengaruh Harga dan Konten Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopkit
Kota Padang


Nama : Hikmatul Fatmiah
Nim : 22070044
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

TIM PENGUJI

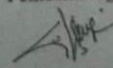
NO	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Raftul Fedri, SE, MM	Ketua	
2.	Usmiar, S.E, M. Si	Anggota	
3.	Leli Suwita, SE, MM	Anggota	
4.	Fitri Kurnia, SE., MSc	Anggota	

Disetujui oleh:

Pembimbing I

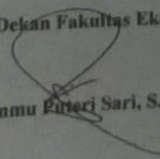

Raftul Fedri, SE, MM

Pembimbing II

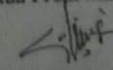

Usmiar, S.E, M. Si

Diketahui oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi


Immu Entari Sari, S.E, M.Si

Ketua Prodi Manajemen


Usmiar, S.E, M.Si

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hikmatul Fatjriah

NIM : 22070044

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Menyatakan bahwa:

Sesungguhnya skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang tertulis atau diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan ataupun kutipan dengan mengikuti karya ilmiah yang lazim.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada pemaksaan dari pihak manapun.

Padang, Februari 2026
Yang menyatakan



Hikmatul Fatjriah
22070044

HAK CIPTA

Hak cipta milik HIKMATUL FATJRIAH tahun 2026, dilindungi oleh undang-undang, yaitu dilarang mengutip atau memperbanyak tanpa izin tertulis dari Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, sebagian atau keseluruhannya dalam bentuk apapun, baik cetak, *copy*, atau *micro film* dan lain sebagainya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah SWT yang senantiasa melimpahkan dan mencurahkan nikmat rahmat dan karunia-Nya, terutama nikmat ilmu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Harga dan Konten Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopkit Padang”. Penulisan skripsi ini dalam rangka memenuhi syarat guna menyelesaikan studi serta untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Ucapan terima kasih yang tulus penulis ucapkan kepada:

1. Allah SWT atas karunia dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Yang teristimewa penulis persembahkan untuk cinta pertama yaitu ayahanda Yasirudin dan wanita hebat, wanita kuat bidadari surgaku yaitu amak Wita Ulia Susanti yang tersayang, terima kasih atas segala kasih sayang, doa, dan pengorbanan yang tiada pernah henti. Terima kasih telah menjadi sumber kekuatan terbesar dalam hidup penulis dan selalu berjuang untuk kehidupan penulis. Walaupun tidak sempat merasakan duduk di bangku perkuliahan, namun mereka berusaha bekerja keras demi memberikan kesempatan pendidikan yang lebih baik dari yang telah mereka lalui sebelumnya, sehingga penulis mampu menyelesaikan perkuliahan hingga meraih gelar sarjana. Ayah dan amak hiduplah lebih lama lagi dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

kesehatan, ketenangan, dan selalu dalam lindungan Allah SWT sehingga penulis dapat terus berjuang dan mempersembahkan setiap pencapaian untuk kebanggaan mereka.

3. Bapak Raftul Fedri, SE, MM dan Ibu Usmiar, SE, M. Si selaku pembimbing I dan II penulis, terima kasih telah meluangkan waktu dan memberikan masukan serta saran yang membantu penulis dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
4. Ibu Leli Suwita S.E, MM dan Ibu Fitri Kurnia SE,MSc. Selaku Dosen penguji penulis yang telah memberikan masukan, pertanyaan – pertanyaan yang membuat penulis semakin menyempurnakan skripsi ini.
5. Ibu Usmiar, SE, M. Si. Selaku dosen Kaprodi manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
6. Ibu Immu Puteri Sari, SE,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat
7. Seluruh dosen beserta staf Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, motivasi, semangat, dan bantuannya selama penulis menyelesaikan studi.
8. Kepada saudara penulis abang Rawul, Rasya, Renata, dan Raya terima kasih telah memberikan semangat dan kasih sayang, serta dukungan kepada penulis sehingga penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh keluarga besar tercinta kakek, nenek, ibu, etek, serta adek sepupu penulis yang selalu memberikan doa dan menyayangi penulis dengan tulus.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

10. Sahabat serta rekan seperjuanganku Syarifa Aini Asri, Fatia Salsabila, dan Linda Fitri yang selalu membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi dan juga selalu mendengarkan keluh kesah penulis dalam hal apapun dalam perkuliahan ini. Semoga kita selalu dapat tumbuh dan berkembang di manapun kita berada nantinya.
11. Sahabat sejalan penulis yang sama-sama berjuang dalam pengerjaan skripsi penulis yaitu Arrayan Putra Wahyu dan Muhammad Fadhlillah Ramadhan yang senantiasa membantu dan memberikan semangat untuk terus dapat menyelesaikan skripsi sampai dengan wisuda bersama.
12. Sahabat – sahabat tersayang penulis Mona Annisa Fitri, Mutia Prameswari, Mulia Desfitri dan Nurwinda terima kasih sudah banyak memberikan memori baik dan dukungan serta saling menyemangati dengan kasih sayang selama proses pembuatan skripsi ini. Terima kasih atas tawa, nasihat, dan bahu yang menguatkan dalam setiap proses yang penuh tantangan ini.
13. Banyak pihak yang tak mampu penulis sebutkan satu per satu, namun setiap jejak kebaikan, uluran tangan, dan doa tulus yang hadir di sepanjang proses ini adalah bagian penting yang tak terlupakan
14. Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, terima kasih telah menjadi bagian dalam proses perjalanan penulis menyusun skripsi. Berkontribusi baik tenaga, waktu, menemani, mendukung, serta menghibur penulis dalam kesedihan, mendengarkan keluh kesah dan meyakinkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

15. Hikmatul Fatjriah, ya! Diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah di mulai. Terima kasih untuk tetap hidup dan merayakan diri sendiri walaupun sering putus asa atas apa yang sedang diusahakan, dan senantiasa menikmati setiap prosesnya yang tidak mudah. Semoga saya bisa terus berkembang dan menjadi pribadi yang lebih baik dan bisa membanggakan kedua orang tua saya. Terima kasih sudah bertahan.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis berharap atas kritik, saran, dan masukannya untuk mendapatkan hasil yang baik. Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan manajemen terutama untuk penulis.

Padang,
Yang Menyatakan

PENGARUH HARGA DAN KONTEN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPKIT KOTA PADANG

HIKMATUL FATJRIAH
NIM: 22070044
Program Studi: Manajemen
Emai: hikmatulfatjriah@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan konten promosi terhadap kepuasan pelanggan kopkit kota padang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Populasi pada penelitian ini yaitu pelanggan kopkit kota padang berjumlah lebih kurang 1000 dengan sampel berjumlah 91 responden. Penelitian ini menggunakan analisis linear berganda dan pengujian hipotesis Uji t dan Uji F. Hasil dari pembahasan Harga (X_1) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) karena $t_{hitung} 3,245 > t_{tabel} 1,662$. Konten Promosi (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) karena $t_{hitung} 4,590 > t_{tabel} 1,662$. Selanjutnya harga (X_1) dan konten promosi (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai $F_{hitung} 113,848$ dan $F_{tabel} 2,36$. Sedangkan untuk koefisien determinasi R^2 diperoleh sebesar 0,721 atau 72,1% artinya pengaruh total variabel X terhadap variabel Y sebesar 72,1% dan sisanya 27,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Konten Promosi, Kepuasan pelanggan

THE EFFECT OF PRICE AND PROMOTIONAL CONTENT ON CUSTOMER SATISFACTION AT KOPKIT PADANG CITY

Hikmatul Fatjriah

Student ID: 22070044

Management Study Program

Email: hikmatulfatjriah@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price and promotional content on customer satisfaction at Kopkit Padang City. This research is a quantitative study using questionnaires as the data collection technique. The population in this study consists of approximately 1,000 Kopkit Padang City customers, with a sample of 91 respondents. The data were analyzed using multiple linear regression analysis and hypothesis testing through the t-test and F-test. The results show that price (X1) has a positive effect on customer satisfaction (Y), as indicated by a t-value of 3.245 which is greater than the t-table value of 1.662. Promotional content (X2) also has a positive effect on customer satisfaction (Y), with a t-value of 4.590 which is greater than the t-table value of 1.662. Furthermore, price (X1) and promotional content (X2) simultaneously have a significant effect on customer satisfaction (Y), as evidenced by an F-value of 113.848 which is greater than the F-table value of 2.36. The coefficient of determination (R^2) is 0.721 or 72.1%, indicating that price and promotional content together explain 72.1% of the variation in customer satisfaction, while the remaining 27.9% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Price, Promotional Content, Customer Satisfaction

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1. Kepuasan Pelanggan	9
2.1.2. Harga.....	16
2.1.3. Konten Promosi.....	19
2.2. Penelitian Terdahulu	23
2.3. Kerangka Konseptual	24
2.4. Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	26
3.2. Jenis Penelitian	26
3.3. Populasi dan Sampel	26
3.4. Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
3.5. Teknik Pengumpulan Data Dan Jenis Data	31
3.6. Teknik Analisis Data	31
3.7. Uji Hipotesis	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1. Hasil	39
4.2. Pembahasan	42
BAB V PENUTUP.....	62
5.1. Kesimpulan.....	62
5.2. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	66

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggangadakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Hasil Review Coffeshop Kopkit Padang.....	2
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.	21
Tabel 3.1. Defenisi Operasional.....	26
Tabel 3.2. Skala Likert.....	28
Tabel 3.3. Klasifikasi Tingkat Capaian Responden.....	31
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas.	40
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilit.....	42
Tabel 4.3. Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan Y.	43
Tabel 4.4. Distribusi Frekuensi Harga X1.	44
Tabel 4.5. Distribusi Frekuensi Konten Promosi X2.	45
Tabel 4.6. Hasil Uji Normalita.....	47
Tabel 4.7. Hasil Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4.8. Hasil Uji Heterokedastisitas.	48
Tabel 4.9. Hasil Uji Autokorelasi.	49
Tabel 4.10. Uji Regresi Linear Berganda	49
Tabel 4.11. Uji Regresi Linear Berganda	50
Tabel 4.12. Uji Regresi Linear Berganda	51
Tabel 4.13. Uji Regresi Linear Berganda	51

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	23
Gambar 4.1. Peta Lokasi CoffeHsop Kopkit.....	38
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Kopkit.....	39

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan usaha *coffeshop* di Indonesia, khususnya di Kota Padang menunjukkan tren yang semakin pesat. Masyarakat terutama mahasiswa, kini lebih memilih tempat nongkrong yang tidak hanya menawarkan kualitas produk, tetapi juga harga yang terjangkau dan konten promosi yang menarik. Salah satu *coffeshop* yang menonjol di kalangan mahasiswa adalah kopit padang yang aktif melakukan promosi di media sosial dan juga harga yang terjangkau bagi mahasiswa.

Dalam konteks ini kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam industri pada saat ini. Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan positif yang muncul setelah pelanggan membandingkan produk yang diterimanya dengan harapan yang dimilikinya.

Faktor harga juga berperan penting dalam kepuasan pelanggan. Monroe (1990), menekankan pelanggan mengevaluasi produk berdasarkan perbandingan antara harga dan kualitas. Jika harga yang ditawarkan sebanding dengan nilai yang diterima pelanggan cenderung merasa puas. Di sisi lain konten promosi yang efektif dapat membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa promosi yang relevan dan menarik dapat meningkatkan persepsi positif terhadap merek dan produk yang pada akhirnya berdampak pada kepuasan pelanggan.

Dalam konteks teori *expectancy Disconfirmation*, harga dan konten promosi berfungsi sebagai elemen kunci yang membentuk harapan pelanggan dan mempengaruhi pengalaman mereka. Dengan menetapkan harga yang adil dan melakukan promosi yang efektif, perusahaan dapat memastikan bahwa harapan pelanggan dikelola dengan baik.

Dalam era digital saat ini, promosi melalui media sosial memainkan peran penting dalam menarik pengunjung. Kopkit memanfaatkan *platform-platform* seperti instagram dan tiktok untuk menyampaikan konten promosi yang menarik dan relevan. Hal ini tidak hanya meningkatkan visibilitas merek, tetapi juga membangun interaksi positif dengan pelanggan.

Hingga saat ini, kopkit telah membuka beberapa cabang di kota padang, antara lain di Jln. Abdul Muis (Jati), Jln. Dr. Sutomo, dan Jln. Veteran. Selain itu, kopkit juga terus melakukan ekspansi dengan membuka cabang baru, seperti di *Fabrieck Block* dan Alahan Panjang (Kab. Solok). Penyebaran cabang ini menjadi indikator pertumbuhan bisnis yang cukup signifikan, yang tentu tidak terlepas dari strategi pemasaran dan penetapan harga yang dilakukan pihak manajemen. Meskipun Kopkit sudah memiliki beberapa cabang di Kota Padang, namun masih terdapat keluhan dari pelanggan Kopkit mengenai harga, promosi, tempat, dan produk. Dari uraian tersebut dapat dilihat hasil *review* dari tahun ketahun pada kopkit padang sejauh mana harga dan konten promosi mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk melihat data hasil *review* yang relevan dari coffeshop kopkit di padang dapat dilihat sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.



Tabel 1.1.
Hasil Review CoffeShop Kopkit di Padang pada tahun 2025

Cabang	Aspek	Ulasan Positif	Ulasan Negatif
Jln. Abdul Muis (Jati)	Harga	Harga terjangkau	Beberapa pelanggan merasa harga sedikit naik dibandingkan tahun lalu
	Promosi	Konten promosi sering update	Kurangnya variasi yang ditawarkan
	Tempat	Lokasi strategis dan mudah diakses	Ruangan sering penuh saat jam sibuk
Jln. Dr. Sutomo	produk	Menu kopi yang enak dan bervariasi	Beberapa menu tidak selalu tersedia
	Harga	Harga sesuai dengan kualitas produk	Terkadang harga tidak konsisten dengan menu yang ditawarkan
	Promosi	Konten promosi yang update	Tidak ada promosi khusus untuk acara tertentu
	Tempat	Suasana nyaman dan cocok untuk belajar	Parkir sulit saat ramai
Jln. veteran	Produk	Kualitas makanan yang baik dan segar	Waktu tunggu yang lama pada jam sibuk
	Harga	Banyak pilihan menu dengan harga yang bervariasi	Beberapa pelanggan merasa harga tinggi untuk produk tertentu
	Promosi	Konten promosi yang kreatif dan menarik	Kurangnya diskon untuk pelanggan tetap
Gunung pangilun	Tempat	Lokasi yang nyaman untuk berkumpul	Kebisingan dari jalan raya mengganggu suasana
	Produk	Produk kopi yang lezat dan inovatif	Beberapa menu tidak sesuai ekspektasi pelanggan
	Harga	Harga terjangkau dan bersaing	Beberapa pelanggan merasa harga tidak konsisten
	Promosi	-	Tidak ada penawaran spesial untuk pelanggan tetap
	Tempat	Suasan sejuk dan nyaman	Parkir sempit
Ulak	Produk	Kualitas kopi yang memuaskan dan cepat	Menu kadang tidak lengkap
	Harga	Harga yang cukup	Beberapa menu

karang		ramah di kantong	dianggap terlalu mahal
	Promosi	Promosi dan konten yang menarik	Kurangnya variasi dalam promosi
	Tempat	Lokasi strategis dan mudah dijangkau	Tempat sering penuh saat akhir pekan dan area parkir kurang luas
	Produk	Menu bervariasi dan rasanya yang enak	Beberapa pelanggan mengeluhkan waktu tunggu yang lama
Fabrieck blok	Harga	Harga yang kompetitif dibandingkan kafe lain	Beberapa pelanggan menganggap harga terlalu tinggi
	Promosi	Promo dan konten menarik di sosial media	Kurangnya informasi tentang promosi terbaru serta promosi yang berulang
	Tempat	Interior modern dan menarik	Ruang terbatas saat ramai
	Produk	Menu baru yang menarik dan unik	Kualitas produk kadang tidak konsisten

Sumber: *google.maps*

Hasil *review* data dari berbagai cabang kopkit di padang menunjukkan beberapa masalah yang signifikan terkait pengalaman pelanggan. dari berbagai cabang yang ada pada Kopkit masih terdapat komentar negatif dari pelanggan. Pertama, pelanggan mengeluhkan adanya kenaikan harga dibandingkan tahun sebelumnya, yang dapat menimbulkan ketidakpuasan dan kekecewaan. Selain itu, ruangan yang sering penuh, terutama pada jam sibuk dan akhir pekan, mengurangi kenyamanan dan menciptakan pengalaman yang kurang menyenangkan bagi pengunjung. Ketidak konsistenan harga pada beberapa menu juga menjadi sorotan, di mana pelanggan merasa bingung dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, mengindahkan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

fluktuasi harga yang tidak jelas. Selain itu, ketersediaan menu yang kadang tidak lengkap dapat mengecewakan pelanggan yang menginginkan pilihan tertentu. Dan juga pelanggan mengeluhkan tidak adanya promo atau diskon untuk pelanggan tetap, serta pelanggan merasa kurangnya variasi yang ditawarkan pada konten promosi. Permasalahan – permasalahan ini menunjukkan perlunya perhatian lebih dari pihak manajemen untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Dari fenomena dan permasalahan di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian di mana berfokus pada harga dan konten promosi yang juga menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, dengan begitu penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “***PENGARUH HARGA DAN KONTEN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KOPKIT KOTA PADANG***”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan dari penelitian ini adalah:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada kopkit padang.
2. Apakah konten promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Kopkit Padang.
3. Apakah harga dan konten promosi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kopkit padang.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dari latar belakang dan rumusan masalah diatas adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan kopkit padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh konten promosi terhadap kepuasan pelanggan Kopkit Kota Padang
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan konten promosi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Kopkit Padang.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagi Kopkit Padang
 - a) peningkatan strategi pemasaran: hasil penelitian dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai pengaruh harga dan konten promosi, sehingga kopkit dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menarik pelanggan.
 - b) optimalisasi pelayanan: dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, kopkit dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan produk yang ditawarkan.
- 2) Bagi Pelanggan
 - a) Pengalaman konsumen yang lebih baik: peneliti ini dapat membantu kopkit dalam menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan bagi konsumen, sehingga mereka merasa lebih nyaman dan puas.

- b) Kesadaran konsumen: pelanggan dapat lebih memahami bagaimana harga dan promosi memengaruhi pilihan mereka dalam membuat keputusan yang lebih bijak.
- 3) Bagi Akademisi
- a) Kontribusi terhadap ilmu pengetahuan: penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai pemasaran dan kepuasan pelanggan, khususnya dalam industri kopi di Indonesia.
 - b) Dasar penelitian selanjutnya: temuan dari penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

