

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH KENYAMANAN TEMPAT, KETERSEDIAAN PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI SAKURAMART AMURANG**

**LIANI SILVIANI SONDAKH (18042034)**

Di Bimbing Oleh :

**Dr. Ivonne A. Umboh, SE., M.Si dan Merry J. Korompis, SE., M.M**

Kepuasan konsumen menjadi salah satu tolak ukur untuk menentukan seberapa baik produk dan layanan suatu perusahaan. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk melakukan analisis dan melihat pengaruh variabel kenyamanan tempat, ketersediaan produk dan promosi terhadap kepuasan konsumen di Sakuramart. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan data kuesioner yang telah di sebarakan kepada beberapa warga Amurang yang sering berbelanja atau berkunjung ke Sakuramart Amurang, pengolahan data kuesioner menggunakan sistem IBM SPSS dan menggunakan metode analisis regresi linear berganda sebagai alat analisisnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kenyamanan tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Sakuramart Amurang dan secara parsial ketersediaan produk dan promosi mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Sakuramart Amurang. Secara simultan variabel kenyamanan tempat, ketersediaan produk dan promosi menunjukkan adanya pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Sakuramart Amurang.

*Kata kunci: Kenyamanan tempat, Ketersediaan produk, Promosi, Kepuasan Konsumen.*

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF PLACE COMFORT, PRODUCT AVAILABILITY AND PROMOTIONS ON CONSUMER SATISFACTION AT SAKURAMART AMURANG**

**LIANI SILVIANI SONDAKH (18042034)**

Guided by::

**Dr. Ivonne A. Umboh, SE., M.Si dan Merry J. Korompis, SE., M.M**

Consumer satisfaction is one of the benchmarks for determining how good a company's products and services are. The purpose of this research is to conduct an analysis and see the influence of the variables of place comfort, product availability and promotion on consumer satisfaction at Sakuramart. The researcher used quantitative research methods as a type of research using questionnaire data that the researcher had distributed to several Amurang residents who often shop or visit Sakuramart Amurang, processing the questionnaire data using the IBM SPSS system and using the multiple linear regression analysis method as an data analysis tool. The results of the research show that partially the comfort of the place has no significant effect on Sakuramart Amurang consumer satisfaction and partially product availability and promotions have a significant effect on Sakuramart Amurang consumer satisfaction. Simultaneously, the variables of place comfort, product availability and promotion show an influence on consumer satisfaction at Sakuramart Amurang.

*Keywords: comfort of plae, product availability, promotions, consumer satisfaction*