

Vivi Amalia Putri, 12221099

PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *STORE ATMOSPHERE*, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN CAFÉ MOKOPI DI CILEUNGSI.

Penulisan Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2024

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh *digital marketing*, *store atmosphere*, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen café Mokopi di Cileungsi.

Metode analisis pada penelitian ini menggunakan data primer kualitatif, tahap uji yang dilakukan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, regresi linier berganda, uji F (simultan). Uji t (parsial), dan koefisien determinasi (R^2). Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner dengan sampel sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik *non probability* sampling dengan teknik *purposive sampling*. Alat bantu pengujian yang digunakan adalah SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *store atmosphere* secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sedangkan variabel *digital marketing* dan lokasi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Cileungsi. Secara simultan variabel *digital marketing*, *store atmosphere*, dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: *Digital Marketing*, *Store Atmosphere*, *Lokasi*, *Kepuasan Konsumen*.

(xi+58+lampiran)

Daftar Pustaka (2018-2023)