

**EMIL SALIM, SE, MM**

**NIDN. 1010079101**

**NILA PRATIWI, S.HI, MA**

**NIDN. 1001128601**

Padang, Agustus 2023  
Mengesahkan :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang

**Dr.YULASMI, SE., MM,**  
**NIDN. 1019087501**

### **ABSTRAK**

**Herza Dyana Yulianti, 19101155310215, Emil Salim SE, MM, Nila Pratiwi, S.HI,**

**MA**

**Pengaruh Strategi Promosi, Fasilitas, dan Kualitas Terhadap Minat Beli**

**Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada**

***Coffeshop* Tekape**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh strategi promosi, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pelanggan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada *coffeshop* tekape. Sementara sampel yang diambil adalah sebanyak 50 responden dengan menggunakan teknik kuantitatif. Metode pengumpulan data melalui survei dan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat sebagai responden. Teknik Analisa yang digunakan adalah Analisa *Struktural Equation Modeling* (SEM) dengan Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan Uji Hipotesis pada strategi promosi berpengaruh positif namun signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Fasilitas berpengaruh positif namun signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Strategi

promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pelanggan. Fasilitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat beli pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat beli pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif namun signifikan terhadap minat beli pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat memediasi strategi promosi melalui minat beli pelanggan. Kepuasan pelanggan tidak dapat memediasi fasilitas terhadap minat beli pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat memediasi Kualitas pelayanan terhadap minat beli pelanggan. Saran dari penulis untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan cara menambahkan indikator dan variabel lainnya.

**Kata kunci: Strategi Promosi, Fasilitas, Kualitas Pelayanan. Minat Beli Pelanggan dan Kepuasan pelanggan.**

#### **ABSTRACT**

**Herza Dyana Yulianti, 19101155310215, Emil Salim SE, MM, Nila Pratiwi, S.HI,**

**MA**

***The Influence of Promotional Strategies, Facilities, and Quality on Customers'***

***Purchase Intention and Customer Satisfaction as Intervening Variables at***

***Tekape Coffeshop***

*The study aimed to determine the effect of promotion strategy, facilities, and service quality on customer satisfaction and buying interest in Tekape coffee shop. Data was collected from 50 respondents through surveys and analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) Analysis with Partial Least Square (PLS). The results showed that promotion strategy and facilities have a positive but not significant effect on buying interest, while service quality did not have a significant effect on customer satisfaction or*

*buying interest. Customer satisfaction had a positive and significant effect on buying interest and could mediate the relationship between promotional strategies and buying interest, but not facilities.*

***Keywords: Promotion Strategy, Facilities, Quality of Service. Customer Purchase Interest and Customer Satisfaction.***

## **KATA PENGANTAR**

Dengan segala kerendahan hati, penuli ucapkan puji dan syukur kepada ALLAH subhanahu wa ta'ala atas rahmat, nikmat serta karunia yang dilimpahkan-Nya dan shalawat beriring salam juga penulis haturkan kepada nabi MUHAMMAD shallallahu alaihi wassallam, yang telah membawa sinar dan ilmu pengetahuan kepada umat manusia. Berkat itulah pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **PENGARUH STRATEGI PROMOSI, FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA *COFFESHOP* TEKAPE.**

Dalam penulisan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari bimbingan dan