

---

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL  
TERHADAP INTENSI PERILAKU DI COFFEE SHOP SCIENCE COFFEE KOTA  
MANADO**

**Andreas Happyaldi Triyono**

Universitas Prisma

**Yousania V. Ratu Simbiak**

Universitas Prisma

**Maikel Giovani Kawengian**

Universitas Prisma

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kepuasan pelanggan dan pemasaran media sosial terhadap intensi perilaku pelanggan di Science Coffee Kota Manado. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda untuk menguji hubungan antara variabel independen (kepuasan pelanggan dan pemasaran media sosial) dan variabel dependen (intensi perilaku). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dan pemasaran media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi perilaku pelanggan.

**Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Pemasaran Media Sosial, Intensi Perilaku, Science Coffee**

## I. PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia, dengan kopi menjadi bagian integral dari budaya masyarakat, terutama di Manado. Science Coffee, sebuah coffee shop lokal di Kota Manado, telah berhasil menarik banyak pelanggan dalam waktu singkat. Penelitian ini berfokus pada pengaruh kepuasan pelanggan dan pemasaran media sosial terhadap intensi perilaku pelanggan di Science Coffee.

### Latar Belakang:

Science Coffee terletak di Jl. WZ Johannes, Kelurahan Bumi Nyiur, Kecamatan Wanea, Kota Manado. Dengan fasilitas indoor dan outdoor, coffee shop ini menawarkan berbagai macam minuman kopi dan non-kopi.

### Perumusan Masalah:

1. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap intensi perilaku di Science Coffee?
2. Apakah pemasaran media sosial berpengaruh signifikan terhadap intensi perilaku di Science Coffee?
3. Apakah kepuasan pelanggan dan pemasaran media sosial berpengaruh signifikan terhadap intensi perilaku di Science Coffee?

### Tujuan Penelitian:

1. Menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap intensi perilaku.

2. Menguji pengaruh pemasaran media sosial terhadap intensi perilaku.
3. Menguji pengaruh kepuasan pelanggan dan pemasaran media sosial terhadap intensi perilaku.

## II. TINJAUAN TEORI

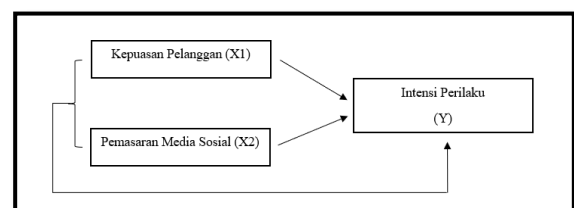
### Kepuasan Pelanggan:

Kepuasan pelanggan adalah elemen krusial dalam sebuah usaha. Menurut Kotler (2009), kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah seseorang membandingkan persepsi/kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk/jasa dengan harapannya.

### Pemasaran Media Sosial:

Jassawalla (2012) menyatakan bahwa pemasaran media sosial dapat meningkatkan intensi perilaku, yaitu keinginan untuk kembali ke suatu perusahaan dan menggunakan produk atau layanannya. Pemasaran media sosial memungkinkan interaksi yang lebih efisien antara pelaku usaha dan pelanggan dengan biaya rendah dan tidak terbatas waktu.

## III. KERANGKA BERPIKIR



Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

Ha1: Pengaruh kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap intensi perilaku di Science coffee Kota Manado

Ha2: Pemasaran media sosial berpengaruh terhadap intensi perilaku Science coffee di Kota Manado

Ha3: Kepuasan pelanggan dan pemasaran media sosial berpengaruh terhadap intensi perilaku di science coffee Kota Manado.

#### IV. METODE PENELITIAN

##### Jenis Penelitian:

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden .

##### Populasi dan Sampel:

- **Populasi:** Seluruh konsumen yang berkunjung ke Science Coffee.
- **Sampel:** 100 responden yang diambil dengan teknik Lameshow.

##### Instrumen Penelitian:

Kuesioner yang terdiri dari pertanyaan terkait kepuasan pelanggan, pemasaran media sosial, dan intensi perilaku.

##### Teknik Analisis Data:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas.
2. Uji Asumsi Klasik (Normalitas, Heteroskedastisitas, Multikolinearitas).

3. Analisis Regresi Linear Berganda.

##### Hasil Penelitian

##### Hasil Analisis Data:

1. **Uji Validitas dan Reliabilitas:** Semua item pertanyaan dalam kuesioner valid dan reliabel.
2. **Uji Asumsi Klasik:** Data memenuhi asumsi normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas.
3. **Analisis Regresi Linear Berganda:**

- **Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Intensi Perilaku:** Koefisien regresi sebesar 0.794 menunjukkan pengaruh signifikan.
- **Pengaruh Pemasaran Media Sosial terhadap Intensi Perilaku:** Koefisien regresi sebesar 0.189 menunjukkan pengaruh signifikan.

##### Pembahasan:

Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik kepuasan pelanggan maupun pemasaran media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi perilaku pelanggan di Science Coffee. Peningkatan kepuasan pelanggan dan efektivitas pemasaran media sosial dapat meningkatkan intensi pelanggan untuk

kembali dan merekomendasikan Science Coffee .

## V. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dan pemasaran media sosial secara signifikan mempengaruhi intensi perilaku pelanggan di Science Coffee.

## SARAN

1. Science Coffee perlu terus meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang lebih baik dan produk berkualitas.
2. Science Coffee harus memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan loyalitas.

## Implikasi Praktis:

Manajemen Science Coffee harus fokus pada strategi peningkatan kepuasan pelanggan dan pemasaran media sosial untuk menjaga dan meningkatkan loyalitas pelanggan

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Jassawalla, A. R. (2012). *Pemasaran Media Sosial*. New York: McGraw-Hill.

Sukmadinata, N. S. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

## Penulis:

Andreas Happyaldi Triyono  
Universitas Prisma, Manado  
1 Juli 2024

This journal summarizes the main findings and methodologies of the research conducted on customer satisfaction and social media marketing's impact on customer behavioral intentions at Science Coffee, Kota Manado. For a detailed understanding and additional data, please refer to the original thesis document.