

Hema Safira Dayu Marshanda. 2025. Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen di Tomoro *Coffee* Daerah Istimewa Yogyakarta. Dibimbing oleh Antik Suprihanti.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk 1) Mengidentifikasi karakteristik konsumen Tomoro *Coffee* di Daerah Istimewa Yogyakarta 2) Menganalisis tingkat kepuasan konsumen Tomoro *Coffee* di Daerah Istimewa Yogyakarta 3) Menganalisis pengaruh variabel produk, harga, promosi, dan tempat terhadap kepuasan konsumen Tomoro *Coffee* di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif. Jumlah responden sebanyak 70 orang yang ditentukan melalui metode *accidental sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Mayoritas konsumen Tomoro *Coffee* perempuan berusia 17 – 25 tahun dengan status sebagai pelajar atau mahasiswa dan memiliki pendapatan sebesar Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000. Sebagian besar konsumen mengetahui Tomoro *Coffee* dari media sosial, melakukan pembelian kopi 1–3 kali per bulan. 2) Tingkat kepuasan konsumen Tomoro *Coffee* berada pada kategori sedang. 3) Harga, promosi, dan tempat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Tomoro *Coffee* di Yogyakarta.

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Produk, Harga, Promosi, Harga, Tomoro *Coffee*

Hema Safira Dayu Marshanda. 2025. *The Influence of Product, Price, Promotion, and Place on Consumer Satisfaction at Tomoro Coffee Region of Yogyakarta* . Supervised by Antik Suprihanti.

ABSTRACT

This study aims to 1) identify the characteristics of Tomoro Coffee consumers in Region of Yogyakarta 2) analyze the level of Tomoro Coffee consumer satisfaction in Region of Yogyakarta 3) analyze the influence of product variables, prices, promotions, and places on Tomoro Coffee consumer satisfaction in Region of Yogyakarta. The research approach used is descriptive quantitative. The number of respondents was 70 people determined through the accidental sampling method. Data analysis was carried out using descriptive analysis and multiple linear regression. The results of the study show that 1) Majority of consumer Tomoro Coffee were women aged 17 – 25 years old with the status of students, income Rp 1,000,000 – 2,000,000, get informations about Tomoro Coffee from social media, buying frequency coffee 1-3 times per month. 2) Tomoro Coffee's consumer satisfaction level was in the medium category. 3) Price, promotion, and place affected the consumer satisfaction of Tomoro Coffee of Yogyakarta.

Keywords : *Consumer Satisfaction, Products, Prices, Promotions, Prices, Tomoro Coffee*