

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial, Kualitas Pelayan, dan Word Of Mouth terhadap Loyalitas Pelanggan secara parsial. Teori yang dipakai pada penelitian ini adalah teori manajemen pemasaran, Strategi Promosi Melalui Media Sosial, Kualitas Pelayan, Word Of Mouth, dan Loyalitas Pelanggan. Penelitian dilakukan pada pelanggan Warung Kopi Cak Kebo Jember. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode purposive sampling dengan sampel 100 orang responden. Adapun sifat dari penelitian adalah penjelasan (explanatory). Alat uji yang digunakan adalah regresi linier berganda, dengan perangkat lunak SPSS versi 25 sebagai alat bantu perhitungan.

Hasil Kualitas Pelayan, dan Word Of Mouth memiliki nilai positif dan nilai signifikansi yang memenuhi kriteria pengujian. Sedangkan Strategi Promosi Melalui Media Sosial memiliki nilai negatif. Hal ini juga menunjukkan bahwa Kualitas Pelayan, dan Word Of Mouth mempengaruhi Loyalitas Pelanggan dan Strategi Promosi Melalui Media Sosial tidak mempengaruhi Loyalitas Pelanggan yang berarti semakin baik Kualitas Pelayan, dan Word Of Mouth akan berdampak pada semakin baiknya Loyalitas Pelanggan. Dengan demikian, sebaiknya warung Kopi Cak Kebo lebih memfokuskan pada promosi dengan *word of mouth*. Pendekatan melalui organisasi dan kelompok mahasiswa sebagai agen utama penyebaran word of mouth dan dengan media sosial sebagai alat pendukung, akan lebih berdampak langsung pada pengembangan usaha sehingga lebih menarik perhatian pelanggan baru, sehingga akan dapat meningkatkan minat pelanggan berkunjung dan terjadi pembelian ulang sehingga memperoleh hasil yang lebih baik lagi.

Kata Kunci: Strategi Promosi Melalui Media Sosial, Kualitas Pelayan, Word Of Mouth, dan Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of Promotion Strategy Through Social Media, Service Quality, and Word Of Mouth on Customer Loyalty partially. The theory used in this research is marketing management theory, Promotion Strategy through Social Media, Service Quality, Word Of Mouth, and Customer Loyalty. The research was conducted on the customers of the Cak Kebo Coffee Shop Jember. This type of quantitative descriptive research using purposive sampling method with a sample of 100 respondents. The nature of the research is explanatory. The test tool used is multiple linear regression, with SPSS software version 25 as a calculation tool.

The results of Service Quality, and Word Of Mouth have positive values and significance values that meet the test criteria. While the Promotion Strategy Through Social Media has a negative value. It also shows that the Quality of Service, and Word Of Mouth affect Customer Loyalty and Promotion Strategy Through Social Media does not affect Customer Loyalty which means improving both the Quality of Service, and Word Of Mouth will have an impact on increasing Customer Loyalty. Thus, the Cak Kebo Coffee shop should be more focused on word of mouth promotion. The approach through student organizations and groups as the main agents for spreading word of mouth and with social media as a supporting tool, will have a more direct impact on business development so that it attracts more attention, so that it will increase customer interest in visiting and repeat purchases so as to obtain results. even better.

Keywords: *Promotion Strategy through Social Media, Service Quality, Word Of Mouth, and Customer Loyalty*