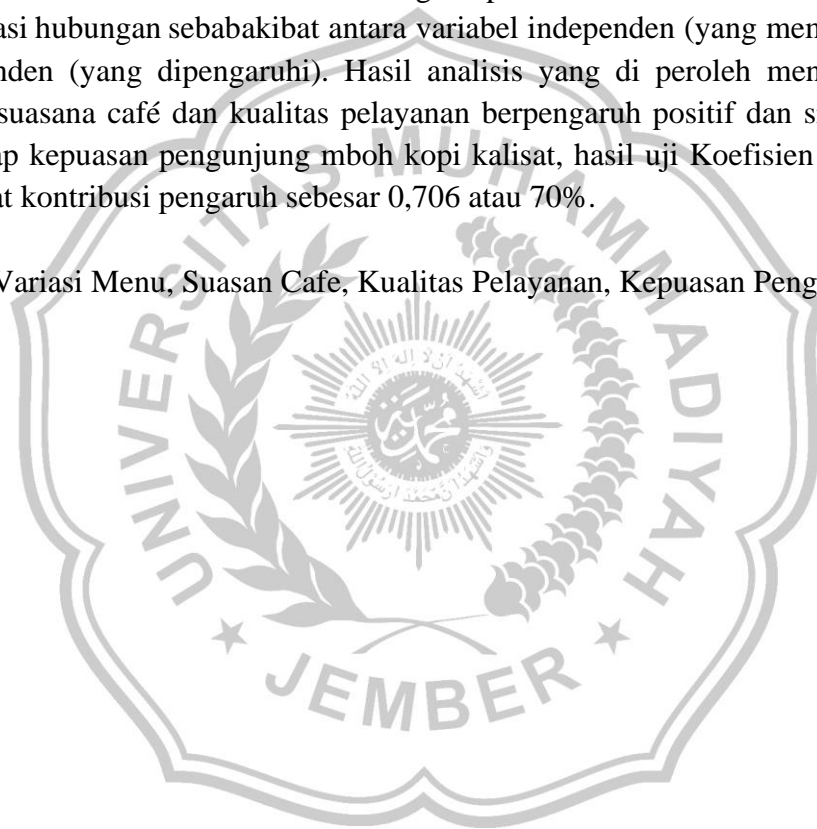


ABSTRAK

Strategi pemasaran adalah seperangkat tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memandu usaha pemasaran suatu perusahaan dari waktu ke waktu, pada semua tingkatan dan acuan serta alokasi, terutama respon perusahaan terhadap lingkungan dan kondisi persaingan yang selalu berubah- ubah. Keperluan dan kebutuhan dari pelanggan yang masih belum dipenuhi, pengukuran, dan perhitungan besaran pasar dan potensi keuntungan, pengidentifikasian dan penentuan segmen pasar untuk memuaskan dan merancang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variasi menu, suasana cafe dan kepuasan pelanggan terhadap kepuasan pengunjung pada “mboh kopi” kalisat. Jenis penelitian pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel ssebanyak 90 responden dan menggunakan Teknik Purposive Sampling. pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan metode asosiasi kausal dengan pendekatan kuantitatif. Metode kausal mengidentifikasi hubungan sebabakibat antara variabel independen (yang mempengaruhi) dan variabel dependen (yang dipengaruhi). Hasil analisis yang di peroleh menunjukkan bahwa suasana café, suasana café dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara persial terhadap kepuasan pengunjung mboh kopi kalisat, hasil uji Koefisien Determinasi R^2 dengan Tingkat kontribusi pengaruh sebesar 0,706 atau 70%.

Kata Kunci: Variasi Menu, Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengunjung



ABSTRAK

Marketing strategy is a set of goals and objectives, policies and rules that guide a company's marketing efforts from time to time, at all levels and references and allocations, especially the company's response to the ever-changing environment and competitive conditions. Customer needs and requirements that are still not met, measuring and calculating market size and profit potential, identifying and determining market segments to satisfy and designing. This research aims to determine and analyze the influence of menu variations, cafe atmosphere and customer satisfaction on visitor satisfaction at "mboh kopi" Kalisat. This type of research uses quantitative methods with a sample size of 90 respondents and uses purposive sampling techniques. data collection. This research uses the causal association method with a quantitative approach. The causal method identifies the causal relationship between the independent variable (which influences) and the dependent variable (which is influenced). The results of the analysis obtained show that the atmosphere of the café, the atmosphere of the café and the quality of service have a positive and significant partial effect on the satisfaction of visitors to Mboh Kopi Kalisat, the results of the R2 Coefficient of Determination test with a contribution level of influence of 0.706 or 70%.

Keywords: *Menu Variations, Cafe Atmosphere, Service Quality, Visitor Satisfaction*

