

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Desain Interior, dan Digital Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan studi kasus pada kafe hachi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 120 responden yang telah berkunjung pada kafe hachi. Metode analisis data digunakan adalah metode analisis regresi linear berganda dengan menggunakan software SPSS Versi 26. Adapun Hasil analisis yang diperoleh menunjukkan bahwa Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Desain Interior, dan Digital Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan studi kasus pada kafe hachi. Hasil dari Uji Koefisien Determinasi R^2 . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Cita rasa, Kualitas Pelayanan, Desain Interior dan Digital Marketing secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Diharapkan Kafe Hachi dapat melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap strategi digital marketing agar lebih selaras dengan pengalaman yang dirasakan pelanggan secara langsung. Selain itu, mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan serta memperhatikan konsistensi rasa dan desain interior dapat membantu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

Kata **Kunci**: Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Desain Interior, Digital Marketing, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to determine the Effect of Taste, Service Quality, Interior Design, and Digital Marketing on Customer Satisfaction, a case study at Hachi Cafe. The method used in this study is quantitative. The data collection method was carried out by distributing questionnaires to 120 respondents who had visited Hachi Cafe. The data analysis method used was the multiple linear regression analysis method using SPSS Version 26 software. The results of the analysis obtained showed that Taste, Service Quality, Interior Design, and Digital Marketing on Customer Satisfaction, a case study at Hachi Cafe. The results of the R2 Determination Coefficient Test. The results of this study indicate that the variables of Taste, Service Quality, Interior Design and Digital Marketing partially have a positive and significant effect on Customer Satisfaction. It is hoped that Hachi Cafe can evaluate and improve its digital marketing strategy to be more in line with the experience felt by customers directly. In addition, maintaining and improving service quality and paying attention to the consistency of taste and interior design can help increase customer satisfaction and loyalty in a sustainable manner.

Keywords: *Taste, Service Quality, Interior Design, Digital Marketing, Customer Satisfaction.*

