

**PENGARUH LOYALITAS PELANGGAN, KELENGKAPAN
FASILITAS, PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI
SATURDAY'S PALEMBANG ICON (STUDIKASUS)**

SKRIPSI



Diajukan oleh :

FITRI HANDAYANI

NPM. 2101110002

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

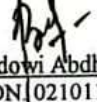
UNIVERSITAS TRIDINANTI

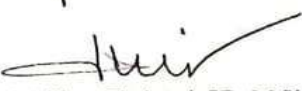
2026

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : FITRI HANDANI
Nomor Pokok : 2101110002
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH LOYALITAS PELANGGAN,
KEENGKAPAN FASILITAS, PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI
SATURDAY'S PALEMBANG ICON

Pembimbing Skripsi : 
Tanggal 27.04 Pembimbing I: Baidowi Abdhie, SE., M.P
NIDN. 0210116101

Tanggal 27.04 Pembimbing II: 
Hj. Liliana Thobrani, SE., M.Si.
NIDN. 0214066501

Mengetahui,

Dekan,
Tanggal

Ketua Program Studi
Tanggal :



Dr. Hj. Msy. Mikial, SE., M.Si., Ak.CA, CSRS
NIDN. 0205026401



Dr. Yolanda Veybitha, SE., M.Si
NIDN: 0226028303

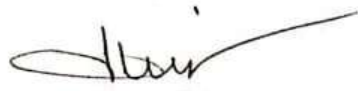
110/PS/DFEB/26


UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : FITRI HANDAYANI
Nomor Pokok/NIM : 2101110002
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Mata Kuliah Pokok : Akuntansi Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH LOYALITAS PELANGGAN,
KEINGKAPAN FASILITAS, PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI
SATURDAY'S PALEMBANG ICON

Penguji Skripsi :
Tanggal 27-04-2015 Ketua Penguji :  Baidowi Abdhie, SE., M.P
NIDN : 0210116101

Tanggal 27-04-2015 Penguji I :  Hj. Liliana Thobrani, SE., M.Si
NIDN : 0214066501

Tanggal 27-04-2015 Penguji II :  Yunidar Erlina, S.E., M.Si
NIDN : 0230066302

Mengesahkan,

Dekan

Ketua Program Studi



Dr. Hj. Msv. Mikial, SE, M.Si, Ak.CA, CSRS Dr Yolanda Veybitha, SE, MSi
NIDN : 0205026401 NIDN : 0226028303

iii

110/PS/DFEBI/26

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fitri Handayani

NPM : 2101110002

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Loyalitas Pelanggan, Kelengkapan Fasilitas Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Saturday'S Palembang Icon (studikasuk)

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat pemikiran dari penulisan lain. Skripsi ini telah ditulias oleh saya sendiri dengan sungguh-sungguh.

Apabila terbukti dikemudian hari bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palembang, Februari 2026

Penulis,



Fitri Handayani

MOTTO

Motto:

Orang tua dirumah menanti kepulanganmu dengan hasil yang membanggakan, jangan kecewakan mereka. Simpan keluhmu, sebab letihmu tak sebanding dengan perjuangan mereka menghidupimu.

Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan

(QS. Al Insyirah : 5-6)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis dipersembahkan kepada:

1. Ayahanda Johan Ismed, S.KM cinta pertama saya, seseorang yang darahnya mengalir dalam tubuh saya yang telah dengan sabar merawat dan membesarkan putri ketiganya serta melangitkan doa-doa. Yang selalu menjadi penyemangat di hidup saya sebagai sandaran terkuat. Yang tiada hentinya memberikan motivasi dan materil. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya bekerja keras untuk keluarga hingga akhirnya saya bisa tumbuh dewasa dan berada di posisi saat ini. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi ayah harus selalu ada disetiap perjalanan dan pencapaian di hidup saya.
2. Ibunda Zaleha pintu surgaku, seseorang yang sangat berharga di hidup saya. Yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan dan juga motivasi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih telah melahirkan, merawat dan membesarkan saya dengan penuh cinta, terimakasih telah menjadi pengingat dan penguat paling hebat dan terimakasih sudah menjadi tempatku untuk pulang. Semoga sehat selalu dan hiduplah lebih lama ibu juga harus selalu ada disetiap perjalanan dan pencapaian di hidup saya.
3. Saudara-saudaraku terkasih, untuk kakakku pertama Maya Prihastini, S.Tp dan kakakku yang kedua M Adi Nugraha, S.H yang selalu ada didalam senang maupun susah. Terimakasih sudah menjadi mood boster dan memberikan semangat untuk saya. Tumbuhlah menjadi versi yang lebih hebat dan semoga ini dapat menjadi motivasi dan panutan bagi kalian.
4. Kepada keluarga besar Dalam Sampurna yang selalu saya banggakan, yang selalu mendo'akan yang terbaik dan mengajarkan arti

dimana keluarga tempat kehidupan dimulai serta cinta tidak pernah berakhir.

5. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya dan sebagai partner spesial saya. M Asnul Yunus, S.T terima kasih telah hadir dan menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Yang telah berkontribusi baik tenaga, waktu , menemani, mendukung, serta menghibur penulis dalam kesedihan dan motivasi bagi penulis untuk terus berjuang dan menyelesaikan pendidikan ini dengan baik.

6. Dan yang terakhir, Untuk diriku, yang mungkin tidak pandai menunjukkan perasaan, tapi tetap memilih untuk bertahan, berjalan, dan menyelesaikan apa yang sudah dimulai, Terimakasih sudah kuat dan sudah tidak menyerah, meskipun tidak selalu yakin. Semoga langkah ini menjadi bukti, bahwa saya mampu

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT penulis panjatkan, karena berkat rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan bagian dari tugas akhir dan kewajiban penulis serta salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti. Dalam penelitian ini penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “pengaruh loyalitas pelanggan, kelengkapan fasilitas dan promosi terhadap kepuasan pelanggan di Saturday’s Palembang Icon (studikasukus)”.

Penulis telah berusaha menyusun skripsi ini dengan sebaik mungkin, namun penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyajian maupun penulisan skripsi ini yang disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari para pembaca demi kemajuan pada penelitian selanjutnya.

Dengan segala kerendahan hati penulis menghaturkan banyak terima kasih serta penghargaan yang setulus-tulusnya karena bagaimanapun skripsi ini juga tersusun berkat adanya bimbingan, petunjuk dan saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Edizal AE, MS selaku Rektor Universitas Tridianti.

2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak. CA, CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
3. Ibu Dr. Ima Andriyani, SE, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
4. Ibu Dr Yolanda Veybitha, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
5. Ibu Dr Irayani, SE, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekomoni dan Bisnis Universitas Tridinanti.
6. Bapak Baidowi Abdhie, SE., M.P, selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan skripsi ini agar dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.
7. Ibu Liliana Thobrani, SE., M.Si , selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan skripsi ini agar dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.
8. Ibu Dr Irayani, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik Penulis.
9. Bapak dan Ibu Dosen beserta Staf Karyawan Fakultas Ekomoni dan Bisnis Universitas Tridinanti yang telah banyak memberikan ilmu dan pengetahuan bagi penulis.
10. Bapak Chandra selaku HRD Saturday's Palembang Icon dan Staff serta karyawan Saturday's Palembang Icon Palembang.
11. Kedua orang tua ku tercinta, dan adik-adik ku tersayang yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta termotivasi sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini
12. Teman-teman seperjuanganku, yang selalu memberikan semangat, bantuan dan pengalaman selama kuliah.

Penulis berharap semoga segala kebaikan dan bantuan dari semua pihak mendapatkan berkah yang berlimpah dari Allah SWT dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Aamiin.

Palembang, Februari 2026

Fitri Handayani

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fitri Handayani

NPM : 2101110002

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Loyalitas Pelanggan, Kelengkapan Fasilitas, Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Saturday'S Palembang Icon (studikusus)

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat pemikiran dari penulisan lain. Skripsi ini telah ditulias oleh saya sendiri dengan sungguh-sungguh.

Apabila terbukti dikemudian hari bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palembang, Februari 2026
Penulis,

Fitri Handayani

DAFTAR ISI

BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang1	
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Kajian Teoritis 5	
2.1.1 Loyalitas Pelanggan.....	5
2.1.1.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	5
2.1.1.2 Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	5
2.1.1.3 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	6\
2.1.2 Kelengkapan Fasilitas.....	7
2.1.2.1 Pengertian Fasilitas.....	7
2.1.2.2 Dimensi Fasilitas.....	8
2.1.2.3 Indikator Fasilitas.....	8
2.1.3 Promosi	8
2.1.3.1 Pengertian Promosi.....	9
2.1.3.2 Tujuan Promosi`.....	10
2.1.3.3 Dimensi Promosi`.....	10
2.1.3.4 Indikator Promosi`.....	11
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	12
2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	12
2.1.4.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	13
2.1.4.3 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	13
2.2 Penelitian Lalu yang Relevan.....	14
2.3 Kerangka Berpikir 16	
2.4 Hipotesis	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	17
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	17

3.1.1	Tempat Penelitian.....	17
\	3.1.2 Waktu Penelitian.....	17
3.2	Sumber Data Teknik Pengumpulan Data.....	17
3.2.1	Sumber Data.....	17
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	18
3.3	Populasi, Sampel data, Teknik Sampling.....	19
3.3.1	Populasi.....	19
3.3.2	Sampel.....	19
3.3.3	Teknik Sampling.....	19
3.4	Rancangan Penelitian.....	20
3.5	Variabel dan Definisi Operasional.....	20
3.5.1	Variabel 20	
3.5.2	Definisi Operasional.....	21
3.6	Instrumen Penelitian.....	24
3.6.1	Uji Validitas.....	24
3.6.2	Uji Realabilitas.....	25
3.7.1	Uji Asumsi Klasik.....	25
3.7.1.1	Uji Normalitas.....	25
3.7.1.2	Uji Multikolinieritas.....	26
3.7.1.3	Uji Heteroskedastisitas.....	26
3.7	Teknik Analisis Data 27	
3.7.2	Analisi Regresi Linear Berganda.....	27
3.7.3	Analisi Koefisien Korelasi.....	27
3.7.4	Analisi Koefisien Determinasi.....	28
3.8	Uji Hipotesis 28	
3.8.1	Uji Simultan 28	
3.8.2	Uji Parsial 29	
3.9	Sistematika Penulisan 30	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 penelitian yang relevan.....	17
3.1 rincian waktu penelitian.....	25
3.3 instrumen penelitian.....	43
3.7 interval koefesien korelasi.....	48
4.1 karakteristik responden berdasarkan umur.....	57
4.2 karakteristik responden berdasarkan kelamin.....	57
4.3 hasil uji validitas loyalitas pelanggan.....	58
4.4 hasil uji validitas kelengkapan fasilitas.....	60
4.5 hasil uji validitas promosi.....	63
4.6 hasil uji validitas kepuasan pelanggan.....	65
4.7 uji reliabilitas loyalitas pelanggan	67
4.8 uji reliabilitas kelengkapan fasilitas.....	68
4.9 uji reliabilitas promosi.....	69
4.10 uji reliabilitas kepuasan pelanggan.....	70
4.11 uji normalitas.....	71
4.12 hasil uji multikolinearitas.....	72
4.13 uji heteros kedastisitas.....	72
4.14 uji regresi linier berganda.....	73
4.15 uji koefesien korelasi.....	75
4.16 uji koefesien dterminasi.....	76
4.17 uji F.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
2.1 kerangka berfikir	30
4.1 struktur organisasi.....	53

ABSTRAK

FITRI HANDAYANI, Pengaruh Loyalitas Pelanggan, Kelengkapan Fasilitas, Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Saturday's Palembang Icon. (Dibawah Bimbingan bapak Baidowi Abdhie, SE., M.P dan HJ. Ibu Liliana Thobrani,SE., M.Si.)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara loyalitas pelanggan, kelengkapan fasilitas, promosi terhadap kepuasan pelanggan di Saturday's Palembang. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 85 responden. Teknik olah data yang digunakan adalah dengan menggunakan program Statistical and Service Solution (SPSS) versi 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari hasil uji statistik menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. kelengkapan fasilitas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. kepuasan pelanggan, dengan nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$. variabel pengaruh loyalitas pelanggan,

kelengkapan fasilitas, promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis secara simultan, didapat nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : loyalitas pelanggan, kelengkapan fasilitas, promosi terhadap kepuasan pelanggan

ABSTRACT

FITRI HANDAYANI, The Influence of Customer Loyalty, Completeness of Facilities, Promotion on Customer Satisfaction at Saturday's Palembang Icon. (Under the guidance of Mr. Baidowi Abdhie, SE., M.P and Mrs. HJ. Liliana Thobrani, SE., M.Sc.)

This study aims to determine the influence of customer loyalty, completeness of facilities, promotions on customer satisfaction at Saturday's Palembang. The sample size for this study was 85 respondents. The data processing technique used was Statistical and Service Solutions (SPSS) version 23.

The results of this study indicate that customer loyalty partially has a significant influence on customer satisfaction, with a significance value of $0.000 < 0.05$. Completeness of facilities partially has a significant influence on customer satisfaction, with a significance value of $0.002 < 0.05$. Customer satisfaction, with a significance value of $0.004 < 0.05$. The variables influencing customer loyalty, completeness of facilities, and promotions have a positive and significant influence on customer satisfaction. Based on the results of the simultaneous analysis, a significance value of $0.000 < 0.05$ was obtained.

Keywords: customer loyalty, completeness of facilities, promotions, and customer satisfaction

RIWAYAT HIDUP

FITRI HANDAYANI, dilahirkan di Bogor pada tanggal 29 Desember 2000 dari Ayah Johan Ismed dan Ibu Zaeleha yang merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara.

Sekolah Dasar diselesaikan pada 2012 di SD Negeri 1 Talang kelapa, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2015 di SMP Negeri 51 Palembang, dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Atas diselesaikan pada tahun 2018 di SMA Negeri 21 Palembang. Pada tahun 2021 Memasuki Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti.

Palembang, 09 April 2026

FITRI HANDAYANI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kuliner, khususnya di sektor coffee shop. Coffee shop tidak lagi hanya menjadi tempat untuk menikmati secangkir kopi, melainkan telah berkembang menjadi ruang sosial, ruang kerja alternatif, dan bahkan sarana rekreasi bagi masyarakat perkotaan. Fenomena ini mendorong terjadinya persaingan yang semakin ketat antar pelaku usaha coffee shop.

Dalam konteks persaingan tersebut, kepuasan pelanggan menjadi kunci utama keberhasilan sebuah perusahaan. Kepuasan pelanggan bukan hanya hasil dari cita rasa produk, melainkan merupakan kombinasi dari berbagai faktor seperti loyalitas pelanggan, kelengkapan fasilitas, dan promosi yang diterapkan.

Kepuasan pelanggan adalah suatu cara untuk membuat pelanggan tidak kecewa dan dapat membeli kembali produk yang kita pasarkan. Dalam hal ini perusahaan harus dapat mengenali, memenuhi dan memberikan pelayanan yang berkualitas serta memuaskan kebutuhan pelanggan dengan baik adalah merupakan strategi perusahaan untuk meningkatkan penjualan. Tjiptono, (2015) mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen

Untuk menciptakan loyalitas pelanggan dengan adanya kelengkapan fasilitas dan promosi akan memberikan pengalaman baik bagi pelanggan yang tentunya akan membuat pelanggan merasa puas. Menurut Gary Armstrong (2018), kepuasan pelanggan adalah kunci untuk membangun hubungan yang menguntungkan dan untuk mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Pelanggan yang akan puas akan kembali membeli produk atau jasa yang ditawarkan, menceritakan produk tersebut kepada orang lain, tidak memperhatikan merk lain atau iklan produk perusahaan dan jenis produk lainnya.

Loyalitas pelanggan dikonseptualisasikan sebagai ikatan konsumen dengan perusahaan yang menghasilkan keberlanjutan bisnis, ikatan jangka panjang (Suharto et al & Arghashi et al., etc .,2022) Loyalitas tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui pengalaman yang konsisten dan positif yang diterima pelanggan. Perusahaan yang mampu menciptakan keterikatan emosional dan pengalaman yang bermakna bagi pelanggannya, akan lebih mudah mempertahankan pelanggan setia.

Fasilitas yang lengkap dan nyaman juga memiliki peran yang penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Fasilitas seperti akses Wi-Fi, stop kontak untuk bekerja, desain interior yang estetik, area parkir memadai, hingga kebersihan ruangan menjadi bagian penting dalam pengalaman konsumen.

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam

menggunakan jasa perusahaan tersebut. Kelengkapan fasilitas harus berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapatkan konsumen secara langsung, yang akan mengarah pada kepuasan atau ketidakpuasan. (Dimas Dwi Kurniawan, 2022)

Selain adanya kelengkapan fasilitas, promosi juga menjadi strategi dalam menarik perhatian pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama. Promosi mendorong pelanggan yang sudah ada untuk membeli produk dan layanan lebih sering untuk memastikan pembelian berulang. Dengan adanya promosi yang terarah, maka dapat memberikan pengaruh positif dan meningkatnya penjualan (Anjelina Dorkas, 2021).

Dari faktor pendorong majunya sebuah bisnis sebagaimana dibahas di atas, juga menjadi pertimbangan penting bagi perusahaan Saturday'S Palembang Icon. Saturday'S adalah perusahaan yang bergerak di bidang gaya hidup yang dikenal dengan produk optik dan juga menawarkan kopi serta kue kering di tokonya. Lokasi yang sangat strategis berada di dalam Mall Palembang Icon.

Keluhan pelanggan yang pernah mengunjungi Saturday'S Palembang Icon adalah pertama: lokasi di dalam Mall sehingga para pelanggan kurang merasa nyaman dengan fasilitas yang terbatas dan ruang yang hanya menyediakan beberapa meja, kedua: tidak adanya royalti bagi pelanggan yang sudah datang, ketiga: kurang adanya promosi yang ditawarkan pada pelanggan, keempat: parkir yang berada di dalam Mall sehingga pelanggan harus membayar lebih mahal untuk mengunjungi Saturday'S Palembang Icon, kelima: pelayanan yang kurang maksimal dikarenakan karyawan juga melayani pelanggan optik.

Bedasarkan berbagai macam permasalahan dan keluhan-keluhan yang muncul dari para pelanggan di Saturday's Palembang Icon terkait fasilitas-fasilitas 3 yang di sediakan dan promosi serta pelayanan yang di berikan tempat ini , maka menurut penulis sangat menarik untuk meneliti lebih lanjut permasalahan ini dan mengangkatnya kedalam sebuah karya ilmiah berbentuk skripsi adapun judul skripsi dalam penelitian ini adalah **“PENGARUH LOYALITAS PELANGGAN, KELENGKAPAN FASILITAS, PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SATURDAY’S PALEMBANG ICON”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Loyalitas Pelanggan, Kelengkapan Fasilitas dan Promosi berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan di Saturday’S Palembang Icon ?
2. Apakah Loyalitas Pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan di Saturday’S Palembang Icon ?
3. Apakah Kelengkapan Fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan di Saturday’S Palembang Icon ?
4. Apakah Promosi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan Pelanggan di Saturday’S Palembang Icon ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Perumusan Masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui, menganalisa dan membuktikan:

1. Pengaruh Loyalitas Pelanggan, Kelengkapan Fasilitas dan Promosi secara simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Satuday'S Palembang Icon.
2. Pengaruh Loyalitas Pelanggan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan di Satuday'S Palembang Icon.
3. Pengaruh Kelengkapan Fasilitas secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan di Satuday'S Palembang Icon.
4. Pengaruh Promosi secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan di Satuday'S Palembang Icon.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan atau referensi maupun pembandingan untuk membantu mahasiswa melakukan penelitian yang sama di masa mendatang.

2. Bagi Perusahaan

Untuk menjadi bahan masukan bagi coffe shop, agar dapat menjadi coffe shop yang lebih baik lagi ke depannya.

3. Bagi Penulis

Untuk dapat memperlengkap dan memperluas wawasan dan pengetahuan sehubungan mengenai pengaruh loyalitas pelanggan, kelengkapan fasilitas, promosi terhadap kepuasan pelanggan di salah satu perusahaan, yaitu Satuday'S Palembang Icon.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, O. P. M., & Abrian, Y. (2022). Pengaruh Fasilitas Kamar Terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Favehotel Olo Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 15104–15112.
- Aldi Samara, & Metta Susanti. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompot Digital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 249–260. <https://doi.org/10.54066/jura-itb.v1i2.700>
- Alnando, T., & Hutapea, J. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Desa Pabuaran). *Jurnal Ekonomis*, 14(1), 76–88.
- Ezalia, E., R, I. E., Elizabeth, G., My, W. A. N. H., Norhanim, A., Wahidah, A., Ym, C., Rahimah, A., Chin, J. G., Juliana, I., Hamid, A., Gunasagaran, K., Amir, J., John, P., Azmi, A., Mangantig, E., Hockham, C., Ekwattanakit, S., Bhatt, S., ... Mary Anne Tan, J.-A. (2020). *Jurnal Syntax Transformation. Orphanet Journal of Rare Diseases*, 21(1), 1–9.
- Garaika, D. (2019). *Metodologi Penelitian*. CV. HIRA TECH.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartati & Nurdin. (2019). Analisis Profitabilitas, Pertumbuhan Aset Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderator. *Pengertian Metodologi Penelitian*, 32–41.
- Husen, A. (2020). *Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Hotel*. 19–62.

- Irawan, M. R. N., Sayekti, L. I., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh fasilitas wisata, promosi dan harga terhadap minat wisatawan berkunjung pada wisata wego lamongan. *Jurnal Ecopreneur*, 12, 4(2).
- Jumawar, E., & Nurmartian, E. (2022). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN CUSTOMER VALUE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY INDIHOME (Pada Pelanggan Indihome Area Gegerkalong). *Journal Competency of Business*, 5(02), 102–111. <https://doi.org/10.47200/jcob.v5i02.1094>
- Kotler, Philip dan Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12 J). Erlangga.
- Kusnadi, E., Habibarrahman, moh fathoni, & Fandiyanto, R. (2022). Loyalitas Melalui Variabel Intervening Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Rengganis. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)* 5, 1(5), 1176–1187.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV Al Fath Zumar.
- Muhammad, J. (2018). PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA HOTEL DHARMAWANGSA. *Jurnal Ilmiah Semarak*, 1(1), 107–115.
- Novianti, L., & Sulivyo, L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Smartphone Made in China Di Kecamatan Cikupa Kabupaten Tangerang. *Jurnal Cafeteria*, 2(2), 15–27.
- Pandawangi.S. (2021). Metodologi Penelitian. *Journal Information*, 4, 1–5.
- Pelipe. (2019). Loyalitas Konsumen Pada Hotel Grand Inna Medan Skripsi Oleh : Polin Pelipe Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area Medan. *Loyalitas Konsumen Pada Hotel Grand Inna Medan Skripsi Oleh : Polin Pelipe Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area Medan*, 19.

- Pohan, F. S., & Aulia, Z. F. (2019). Kualitas situs web, kepercayaan, dan loyalitas konsumen Tokopedia. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(1), 13–22. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v2i1.43>
- Promosi, P., Dan, H., & Terhadap, M. (2021). *KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL (Martin Anugrah Hotel & Restaurant di Doloksanggul Kabupaten Humbang Hasundutan) SKRIPSI OLEH: ANJELINA DORKAS SITUMORANG P R O G R A M S T U D I M A N A J E M E N FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN PENG.*
- Rahman, R. A., Lestari, S. P., & Asyiah, A. K. (2024). *The Influence Of Promotion And Perception Of Price On Purchase Decision At Sajodo Snack Shop Pengaruh Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Toko Sajodo Snack.* 1(1), 27–38.
- Rahmawati, N., Ramdan, A. M., & Samsudin, A. (2019). Analisis Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi. *JOMB: Journal of Management and Bussines*, 1(1), 109–119.
- Ryan Iqbal Trysakti. (2023). *Pengaruh Suasana Toko Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulangpada Pelanggan Swalayan 88 Medan.* 65. <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/20194>
- Safitri, T. N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di PO.New Shantika Jepara. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, April, 49–58.
- Santi Jesica Sembiring, H. I. T., & , Jumjuma, S.E., M. S. . (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Cabin/Belltent the Kaldera Toba Nomadic Escape(Toba Samosir). *Prosiding Konferensi Nasional ...*, 4–11. <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/view/859%0Ahttps://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/download/859/427>
- Setiobudi, A., Sudyasjayanti, C., & Danarkusuma, A. A. (2021). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kesiediaan Untuk Membayar. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 17(3), 238–252. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v17i3.12442>

Stanley, V., & Sidharta, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Kost Surabaya Barat. *Performa*, 8(4), 418–427. <https://doi.org/10.37715/jp.v8i4.3793>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Surbakti, A. (2022). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat menjadi Nasabah pada Perusahaan Asuransi. *SKYLANDSEA PROFESIONAL Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Teknologi*, 2(2), 215–220.

Wahyuni, R. wahyuni, & Syaifullah. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Harmoni Suites Hotel Batam. ...
JOURNAL: Jurnal Ilmiah
https://forum.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/4227%0Ahttps://forum.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/download/4227/2222

Wardhana, E. (2019). Pengaruh Nilai Utilitarian, Nilai Hedonis, Pengalaman Pelanggan, Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Sonny Vario. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*.

Wiyata, M. T., Putri, E. P., & Gunawan, C. (2020). Pengaruh Customer Experience, Ease of Use, dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Situs Jual Beli Online Shopee. *Cakrawala*, 3(1), 11–21.

Zare, M., & Mahmoudi, R. (2020). The effects of the online customer experience on customer loyalty in e-retailers. *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science*, 6(5).