## ABSTRAK

## PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN PELAYANAN PESAN ANTAR TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN

## (STUDI KASUS PADA INDOMARET JL. INDUSTRI

## NO.60 TANJUNG MORAWA)

## NOVA JULIANA PUTRI PERANGIN-ANGIN

## NPM : 183114027

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi media sosial dan pelayanan pesan antar terhadap tingkat kepuasan konsumen (studi kasus pada Indomaret Jl. Industri No.60 Tanjung Morawa). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yang menjadi populasi adalah konsumen Indomaret Jl. Industri No.60 Tanjung Morawa dari bulan Januari sampai dengan Maret 2022 yaitu sebanyak 103 orang. Adapun yang menjadi tempat penelitian ini adalah Indomaret yang berlokasi di Jl. Industri No.60 Tanjung Morawa B Kecamatan Tanjung Morawa, Sumatera Utara, yang dimulai dari Desember 2021 sampai dengan Juli 2022. Teknik penarikan sampel penelitian ini menggunakan Rumus Slovin, sehingga sampel penelitian ditetapkan sebanyak 82 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan persamaan regresi linear berganda diperoleh persamaan Y = 4,563 + 0.621X1 + 0.468X2. Hasil uji t diperoleh nilai thitung = 8,545 > ttabel = 1,664 dan signifikansi 0,000 < 0,05, maka Ha diterima dan Ho ditolak yang berarti bahwa variabel Promosi Media Sosial (X1) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Indomaret Jl. Industri No.60 Tanjung Morawa. Nilai thitung = 4,514 > ttabel = 1,664 dan signifikansi 0,004 < 0,05, maka Ha diterima dan Ho ditolak yang berarti bahwa variabel Pelayanan Pesan Antar (X2) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Indomaret Jl. Industri No.60 Tanjung Morawa. Hasil uji F diperoleh nilai positif Fhitung = 50,069 > Ftabel = 2,72 dan signifikansi 0,000 < 0,05, artinya variabel promosi media sosial dan pelayanan pesan antar secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Indomaret Jl. Industri No.60 Tanjung Morawa. Nilai Adjusted R Square (R2) adalah 0,748 atau 74,8%, sedangkan sisanya 25,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Jadi penelitian ini disimpulkan bahwa Promosi Media Sosial (X1) dan Pelayanan Pesan Antar (X2) mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Y).

**Kata Kunci :** *Promosi Media Sosial, Pelayanan Pesan Antar, Kepuasan Konsumen, Indomaret*

