

## ABSTRAK

Di masa saat ini, tempat untuk nongkrong atau bisa di bilang café semakin meningkat dalam sasaran anak muda jaman sekarang. Salah satu yang membuat kehidupan menyenangkan anak muda jaman sekarang yaitu dengan mengobrol bersama teman di sebuah café dengan hingga larut-larut malam, itulah yang membuat anak muda jaman sekarang merasa senang. Beberapa café banyak yang bersaing demi menempati pangsa pasar di Surabaya. Salah satu café baru yang ikut bersaing dalam dunia industri minuman kopi dan makanan salah satu nya adalah Kedai Ada Apa Dengan Kopi Surabaya. Banyaknya pesaing baru dengan inovasi yang mereka tawarkan, membuat niat beli masyarakat pada produk Ada Apa Dengan Kopi berkurang. Untuk dapat bertahan dalam persaingan, perusahaan perlu untuk meningkatkan *Behavior Intention*.

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisa pengaruh variabel *Promotion*, *Product* dan *Customer Service* terhadap *Behavior Intention* melalui *Customer Satisfaction* pada pelanggan kedai Ada Apa dengan Kopi Surabaya. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu adalah pria atau wanita yang berdomisili di wilayah kota Surabaya yang telah membeli dan datang ke Ada Apa Dengan Kopi Surabaya dalam kurun waktu minimal 3 kali dalam 6 bulan terakhir, serta mengetahui promo yang di adakan oleh Ada Apa Dengan Kopi Surabaya dan berusia 15-40 tahun, sejumlah 130 responden. Untuk pengolahan dan penganalisaan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan SPSS sebagai software untuk mengolah data.

Temuan empiris mengindikasikan bahwa hubungan *Customer Satisfaction* terhadap *Behavior Intention* memiliki koefisien regresi terbesar dengan nilai sebesar 0.503, lalu pengaruh *Customer Service* terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.488, hubungan antara *Product* terhadap *Customer Satisfaction* memiliki koefisien regresi sebesar 0.184, dan hubungan antara *Promotion* terhadap *Customer Satisfaction* memiliki koefisien regresi sebesar 0.051.

**Kata Kunci:** *Promotion, Product, Customer Service, Customer Satisfaction, Behavior Intention, Ada Apa Dengan Kopi Surabaya*