

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI, HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Pada Konsumen Burger King Lampung)

Oleh

Puspa Dea Monica

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen produk Burger King, dilihat dari aspek promosi, harga, kualitas layanan dan kualitas produk. Jenis Penelitian *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* dengan menggunakan metode *nonprobability* sampling dengan sampel sebanyak 384 responden. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis linera berganda dengan batuan SPSS 26. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi, harga, kualitas layanan dan kualitas produk secara bersamaan berpengaruh kepada kepuasan konsumen sejumlah 17,1%. Pengaruh secara parsial masing-masing variabel memperlihatkan bahwa promosi berpengaruh signifikan kepada kepuasan konsumen sebesar -13,5%, harga berpengaruh signifikan kepada kepuasan konsumen sebesar 29,6%, kualitas layanan berpengaruh signifikan kepada kepuasan konsumen sebesar 15,1% dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 19,6%. Pengaruh terbesar terletak pada variabel harga, dengan harga yang ditawarkan mampu bersaing dengan makanan cepat saji lainnya, karena keterjangkauan harga ditawarkan oleh produsen dapat menjangkau seluruh konsumen dengan daya beli rendah yang akan membuat konsumen merasa puas.

Kata Kunci: Promosi, Harga, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kepuasan konsumen

ABSTRACT

Effect of Promotion, Price, Service Quality and Product Quality on Consumer Satisfaction (Study on Consumers of Burger King Lampung)

By

Puspa Dea Monica

This study analyzes the consumer satisfaction of Burger King products, seen from the aspects of promotion, price, service quality and product quality. This study used a quantitative approach to apply, using a questionnaire on 384 respondents. The sampling technique used was non probability sampling. Data were analyzed using multiple linear regression analysis with SPSS 26.0 software tools. The results of the study show that promotion, price, service quality and product quality simultaneously affect consumer satisfaction by 17.1%. While the partial test results of each variable show that promotion has a significant effect on customer satisfaction by -13.5%, price has a significant effect on consumer satisfaction by 29.6%, service quality has a significant effect on customer satisfaction by 15.1% and quality product has a significant effect on customer satisfaction by 19.6%. The biggest influence lies in the price variable, with the price offered being able to compete with other fast food, because of the affordability of prices offered by producers in order to reach all consumers, including consumers with low purchasing power which will make consumers feel satisfied.

Keywords: Promotion, Price, Service Quality, Product Quality, Consumer Satisfaction