

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, CITA RASA DAN
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

(STUDI KASUS : RESTORAN PANCIOUS PONDOK INDAH MALL 2)

SKRIPSI

Program Studi Ekonomi Manajemen



OLEH :

NAMA : ANIS SRI RAHAYU

NIM : 041201503125060

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2016

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, CITA RASA DAN PELAYANAN
TEHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

(STUDI KASUS : RESTORAN PANCIOUS PONDOOK INDAH MALL 2)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Pemasaran - Strata 1



OLEH :

NAMA : ANIS SRI RAHAYU

NIM : 041201503125060

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2016

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh variabel dependen (Harga, Promosi, Cita rasa dan Pelayanan) terhadap variabel independen (Kepuasan Pelanggan). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang datang ke Restoran Pancious Pondok Indah Mall 2. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Sampling Kouta (Non Probability Sampling)* dengan rumus Hair, karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dengan pasti dan menggunakan kriteria tertentu. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 60 orang. Teknik analisa dalam penelitian ini menggunakan uji instrument (validitas dan realibilitas), uji asumsi klasik (normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas dan autokorelasi), analisis korelasi, regresi linier berganda, uji t (secara parsial), uji f (secara simultan) dan determinasi R^2 .

Dari hasil uji t (secara parsial), telah diperoleh hasil bahwa variabel harga, promosi, dan cita rasa tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil uji f (secara simultan) diperoleh hasil bahwa keempat variabel tersebut berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Pada uji Determinasi R^2 diperoleh nilai R Square sebesar 0.779 (77.9%) yang artinya keempat variabel independen (Harga, Promosi, Cita rasa dan Pelayanan) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Sedangkan 22.1% dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Cita rasa, Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the effect of the dependent variable (Price, Promotion, taste and Services) of the independent variable (Customer Satisfaction). The population in this study are all the customers who come to the restaurant Pancious Pondok Indah Mall 2. Sampling technique Kouta Sampling (Non Probability Sampling) with Hair formula, because the population in this study is not known with certainty and using certain krikteria. Instruments in this study using a questionnaire with respondents as many as 60 people. Analysis techniques in this study using a test instrument (validity and reliability), classical assumption (normality, multikoliniaritas, heteroskedastisitas and autocorrelation), correlation analysis, multiple linear regression, t test (partially), test f (simultaneously) and determination R^2 .

From the results of the t test (partially), has obtained results that variable pricing, promotion, and taste no effect on customer satisfaction. While the service variable effect on customer satisfaction. From the test results f (simultaneously) showed that four variables affect the Customer Satisfaction. In the test of determination R^2 obtained value R Square of 0.779 (77.9%), which means that the four independent variables (Price, Promotion, taste and Services) effect on customer satisfaction. While 22.1% influenced by other variables that are not included in this study.

Keywords: Price, Promotion, Taste, Service and Customer Satisfaction