

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran DK26.

Jenis penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian yang bersifat deskriptif analisis dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini berjumlah 100 responden yang melakukan pembelian di restoran DK26 yang diambil menggunakan teknik *metode accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis data dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS (Statistical Product and Service Solution). Pengujian instrument menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, uji kelayakan model menggunakan uji f, koefisien determinasi berganda dan uji hipotesis menggunakan uji t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada restoran DK26. Demikian pula variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran DK26. Serupa juga dengan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran DK26.

Kata kunci: Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

This research aimed to analyze the effect of price, promotion, and service quality on the customers at Restaurant DK 26.

The research was descriptive-quantitative. Moreover, quantitative approach. The research sample was 100 respondents purchasing at DK 26 restaurant with an accidental sampling method technique. The research data collection used questionnaires. Furthermore, the research data analysis method used multiple linear regression analysis with SPSS (Statistical Product and Service Solution) application. The instrument examination used a validity test and reliability, a classic assumption test used a normality test, a multicollinearity test, and heteroscedasticity test, a model feasibility test with an f test, and a multiple determination coefficient and hypothesis test with a t-test.

The research result showed that the price variable had a positive and significant effect on the customers' satisfaction at DK 26 restaurant. Therefore, the variable of promotion had a positive and significant effect on the customers' satisfaction of DK26 restaurant. similar to the service quality variable had a positive and significant effect on the customers' satisfaction DK26 restaurant.

Keywords: *Price, Promotion, Service Quality, Customers' Satisfaction.*

I certify that this translation is true and accurate, Prepared by a professional translator. This translation is provided on this day

8/6/23

M. Faisol S.Pd. M.Pd

STIESIA Language Center
Mendur Pempungan, ... Indonesia