

ABSTRAK

Perkembangan industri di bidang jasa makanan saat ini berkembang sangat pesat, maka semakin tumbuhnya peluang bisnis dalam bidang makanan dapat menjadi pilihan besar bagi bisnis *food and beverage*, salah satunya adalah Burger King.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh marketing mix 7P yaitu produk, harga, promosi, lokasi, bukti fisik, orang, dan proses terhadap kepuasan konsumen pada Burger King Merr Surabaya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *simple random sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di Burger King Merr Surabaya dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Dalam penelitian ini analisa yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk, harga, promosi, bukti fisik, dan orang (pegawai) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen, artinya meningkat dan menurunnya produk, harga, promosi, kinerja pegawai, dan baik tidaknya bukti fisik yang ada akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Sedangkan lokasi dan proses tidak berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap kepuasan konsumen, artinya kemudahan atau kesulitan akses lokasi dan cepat lambatnya proses yang diberikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, pihak Burger King dapat melakukan perubahan dan inovasi yang baik pada sektor produk, harga, promosi, bukti fisik dan orang (pegawai) karena faktor tersebut terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: *Marketing Mix 7P*, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Nowadays, the development of the Food Service industry grows very rapidly. Therefore, growing business opportunities in the food sector can become a good choice for the Food and Beverage business, one of which is Burger King. This research aimed to find out the marketing mix 7P i.e., product, price, promotion, location, physical evidence, people, and process on the customers' satisfaction at Burger King Merr Surabaya. The research was quantitative.

Furthermore, the data collection technique used simple random samplings. The population was all customers at Burger King Merr Surabaya with 100 respondents as the sample. Moreover, the data analysis technique used multiple linear regression.

The result showed that product, price, promotion, location, physical evidence, and people had a positive and significant effect on customers' satisfaction. It meant the increase or decrease of the product, price, promotion, location, physical evidence, people (employees), and whether or not the existing physical evidence would affect consumers' satisfaction. However, both location and process had negative and insignificant negative effect on customers' satisfaction. This meant that the easier or more difficult of accessing locations and the speed of the process provided did not affect customers' satisfaction. In order to increase customers' satisfaction, Burger King could make good changes and innovations in the sector of products, prices, promotions, physical evidence, and people (employees); since those factors proved to have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Marketing Mix 7P, Customers' Satisfaction



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

25/7/23

M. Faisal, S.Pd., M.Pd

STIESIA Language Center
Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118, Indonesia