

ABSTRACT

Increasing of the culinary business in Indonesia, causing the increasing of competition in culinary business too. That issue causing the culinary business man to be able to create a good strategy to win the customers. Customer satisfaction is succes key of this culinary business. This study aims to examine and analyze the influence of promotion, perceived price, and service quality bond customer satisfaction at Resto Steak Bakul'e in Ciledug, Tangerang. In this study, the independent variables are promotion, perceived price, and service quality, while the dependent variable is customer satisfaction. The research data is questionnaire survey data. The research qestioners are distributed to the restaurant's visitors where research was conducted. The sampling research method used was purposive sampling method. From a population, a total of one hundred respondents were selected in to the sample based on Rao Purba form. The analys method used in this study is multiple linier regression. The results showed that promotion, perceived price, and service quality together (simultaneously) are having positive and significant influence to the customer satisfaction. The promotion having positive and significant influence to the customer satisfaction partially. The perceived price having positive and significant influence to the customer satisfaction partially. The service quality having positive and significant influence to the customer satisfaction partially. In this study, the perceived price is the variable that have the biggest influenced to the customer satisfaction.

Keywords: Promotion, perceived value, service quality, customer satisfaction.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Semakin berkembangnya bisnis kuliner di Indonesia, menyebabkan persaingan yang semakin ketat dalam bisnis kuliner ini. Hal tersebut menyebabkan pelaku bisnis kuliner harus mampu menciptakan strategi yang baik untuk memenangkan pelanggannya. Dalam hal tersebut kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam bisnis kuliner ini. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada resto Steak Bakul'e di area Ciledug, Tangerang. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel bebas adalah promosi, persepsi harga, dan kualitas pelayanan, sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan pelanggan. Data penelitian merupakan data survey yang berupa kuesioner. Kuesioner penelitian disebarkan kepada para pengunjung restoran yang menjadi lokasi penelitian. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Dari populasi, sebanyak seratus responden dipilih menjadi sampel berdasarkan rumus Rao Purba. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, persepsi harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. Dalam penelitian ini persepsi harga merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Promosi, persepsi harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan.