

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN PADA VERANDA PASTA HOUSE AND CAFE RESTO

Nama Mahasiswa : Reyza Izzati Rahmanda
NIM : 1011510072
Pembimbing : Mirza Dwinanda Ilmawan, S.E., M.M.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Veranda Pasta House and Cafe Resto. Penelitian ini merupakan penelitian survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data yang utama. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Probability Sampling* (populasi tidak diketahui), yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk menjadi sampel dengan jumlah sampel sebanyak 96 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan langgan, Harga berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Lokasi tidak memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dan Emosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci :Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, Emosi, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

ANALYSIS FACTORS OF CUSTOMER SATISFACTION ON VERANDA PASTA HOUSE AND CAFE RESTO

By : Reyza Izzati Rahmanda
Student Identity Number : 1011510072
Supervisor : Mirza Dwinanda Ilmawan, S.E., M.M.

ABSTRACT

This study aims to determine the factors that influence customer satisfaction Veranda Pasta House and Cafe Resto. This research is a survey research, which is a study that takes a sample from a population and uses a questionnaire as the main data collection instrument. The sampling technique uses the Probability Sampling technique (population unknown), which is a sampling technique that provides equal opportunities or opportunities for each member of the population to become a sample with a total sample of 96 people. The data analysis technique used is descriptive analysis and multiple regression analysis. The result showed that the variable Product Quality had no positive effect on Customer Satisfaction, Service Quality had a positive effect on Customer Satisfaction, Price had a positive and significant effect on Customer Satisfaction, Location had no effect on Customer Satisfaction and Emotion had a positive and significant effect on Customer Satisfaction.

Keywords : *Product Quality, Service Quality, Price, Location, Emotion, Customer Satisfaction.*