

## ABSTRAK

Kompetisi kuliner di Kota Bandung sekarang ini sangatlah ketat. Setiap para pelaku bisnis kuliner harus mampu untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting untuk diperhatikan dalam sebuah bisnis.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan fasilitas fisik terhadap kepuasan konsumen pada Mangkok Manis Cihampelas Bandung. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden dari populasi 14.740 konsumen Mangkok Manis. Sedangkan teknik sampling yang digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh ukuran sampel adalah *non probability sampling* dengan metode *incidental*.

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda, uji validitas, uji reliabilitas, analisis korelasi berganda, koefisien determinasi, uji hipotesis simultan dan uji hipotesis parsial. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga, promosi dan fasilitas fisik terhadap kepuasan konsumen secara simultan. Sesuai dengan perhitungan statistik, harga, promosi dan fasilitas fisik memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen pada Mangkok Manis sebesar 63,8% sedangkan sisanya sebesar 36,2% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Fasilitas Fisik dan Kepuasan Konsumen

## *ABSTRACT*

Competition culinary in Bandung now is very tight. Every culinary business must be able to understand the needs and wants of consumers. Consumer satisfaction is a very important factor to be considered in a business.

The purpose of this study was to determine the effect of price, promotion and physical facilities on customer satisfaction at Cihampelas Bandung. Analysis data used in this research is primary and secondary data. Data collection techniques used is by distributing questionnaires to 100 respondents from the population of 14,740 consumers Mangkong Manis. While the sampling technique used to calculate the magnitude of the effect of sample size is non probability sampling with incidental method.

Based on the results of research using multiple linier regression analysis method, validity test, reliability test, multiple correlation analysis, determinas coefficient, simultaneous hypothesis test and partial hypothesis test. And the results showed that there is a positive and significant influence between price, promotion and physical facilities on customer satisfaction simultaneously. In accordance with statistical calculations, prices, promotions and physical facilities contribute to customer satisfaction in the bowl of Sweetness of 63.8% while the rest of 36.2% is the influence of other variables that are not examined.

Keywords: Price, Promotion, Physical Facilities and Consumer Satisfaction