

ABSTRAK

Manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Bebeke Om Aris. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan membagikan kuesioner kepada 73 responden dari populasi 1.644 konsumen Bebeke Om Aris. 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 kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen secara simultan. Sesuai dengan perhitungan statistic kualitas pelayanan dan harga memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen pada Bebeke Om Aris sebesar 59,9% sedangkan sisanya sebesar 40,1% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

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

ABSTRACT

Marketing management is the art and science of choosing the target markets and size, retain, and grow customers by creating, delivering, and communicating superior customer value.

The purpose of this study was to determine the effect of service quality and price on customer satisfaction at Bebeke Om Aris. Data analysis used in this study is primary and secondary data. Data collection techniques used are by distributing questionnaires to 73 respondents from a population of 1.644 consumers of Bebeke Om Aris. While the sampling techniques used to calculate the effect of sample size is non probability sampling with incidental methods.

Based on the results of the study using multiple linear regression analysis method, validity test, reliability test, multiple correlation analysis, determination coefficient, simultaneous hypothesis test and partial hypothesis test. And research result show that there is a positive and significant influence between service quality and price on customer satisfaction simultaneously. In accordance statistical calculations product quality and price contributes to customers satisfaction at Bebeke Om Aris at 59,9% while the remaining 40,1% is the influence of other variables not examined.

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction,