

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan berdasarkan adanya data kontribusi terbesar sektor usaha kuliner di Kabupaten Bogor yang memberikan peluang bagi pelaku usaha salah satunya Rumah Makan Bhanoraya Bogor, namun pada saat ini Rumah Makan Bhanoraya sedang mengalami masalah dengan banyaknya keluhan pelanggan yang menyebabkan penurunan pada jumlah pelanggan dan menyebabkan tidak tercapainya target perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 64 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan baik secara simultan maupun parsial. Besarnya pengaruh dan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan secara simultan sebesar 42,5%, dan sisanya 57,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 5,3% dan pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 37,1%, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga yang memberikan pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, Harga dan Kepuasan pelanggan

ABSTRAC

This research was conducted based on the data on the largest contribution of the culinary business sector in Bogor district which provides opportunities for business actors, one of which is the Bhanoraya Restaurant Bogor, but at this time the Bhanoraya Restaurant is experiencing problems with many customer complaints which causes a decrease in the number of customers and causes no achievement of company targets. The research method used is descriptive and verification methods with a total sample of 64 respondents. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, multiple correlation analysis, and coefficient of determination.

The results of this study indicate that there is a positive and significant effect between service quality and price on customer satisfaction either simultaneously or partially. The magnitude of the influence and quality of service and price on customer satisfaction simultaneously is 42,5%, and the remaining 57,3% is influenced by other variables not examined. Partially the magnitude of the influence of service quality on customer satisfaction is 5,3% and the effect of price on customer satisfaction is 37,1%, so it can be concluded that price has the greatest influence on customer satisfaction.

Keywords: Quality of service, price and customer satisfaction