

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan berdasarkan fenomena yang terjadi pada tahun 2020-2022, yang mana industri kuliner penyedia makanan dan minuman jenis restoran kota Bandung menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mengalami penurunan paling besar dibandingkan dengan jenis industri kuliner lainnya, khususnya pada unit restaurant waralaba yang mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Dalam hal ini Kongkowrongok adalah salah satu restoran waralaba dengan pendapatan terendah pada kawasan Kota Bandung. Berdasarkan hasil pra survei yang dilakukan oleh peneliti, pengaruh rendahnya pendapatan Kongkowrongok disebabkan karena adanya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen baik secara simultan, maupun parsial. Untuk meneliti hubungan antar variabel yang akan diteliti, peneliti menggunakan *applied theory* dari para ahli dengan tahun terbaru, yaitu kualitas produk menurut Kotler et al (2022), harga menurut Fandy Tjiptono (2019), dan kepuasan konsumen menurut Kotler dan Armstrong (2018). Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda dan koefisien determinasi. Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji hipotesis simultan (Uji F) dan uji hipotesis parsial (Uji t).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan maupun secara parsial. Secara simultan pengaruh Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 43,8% sedangkan secara parsial Kualitas Produk (X_1) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) memberikan pengaruh sebesar 22,8% dan Harga (X_2) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 20,9% dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Kongkowrongok cabang Lengkong.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This research was conducted based on the phenomenon that occurred in 2020-2022, in which the culinary industry providing food and beverage types in restaurants in the city of Bandung, according to the Culture and Tourism Department, experienced the largest decline compared to other types of culinary industry, especially in franchise restaurant units which experienced a decline of year to year. In this case, Kongkowrongok is one of the franchise restaurants with the lowest income in the Bandung City area. Based on the results of a pre-survey conducted by researchers, the low influence of Kongkowrongok income is due to the influence of product quality and price on consumer satisfaction, either simultaneously or partially. To examine the relationship between the variables to be studied, researchers used applied theory from experts with renewable years, namely product quality according to Kotler et al (2022), prices according to Fandy Tjiptono (2019), and consumer satisfaction according to Kotler and Armstrong (2018). The research method used is descriptive and verification method with a total sample of 100 respondents. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, multiple correlation and coefficient of determination. The hypothesis tests used in this research are simultaneous hypothesis tests (F test) and partial hypothesis tests (t test).

The results of this research show that there is a positive and significant influence simultaneously and partially. Simultaneously the influence of Product Quality (X_1) and Price (X_2) on Costumer Satisfaction (Y) is 43,8%, while partially Product Quality (X_1) influences Costumen Satisfaction (Y) giving an influence of 22,8% and Price (X_2) has an influence on Costumer Satisfaction (Y) has an influence of 20,9%. It can be concluded that Product Quality (X_1) and Price (X_2) have a significant influence on Customer Satisfaction (Y) at Kongkowrongok Lengkong branch.

Keywords: Product Quality, Price, Consumer Satisfaction.