

## ABSTRAK

### **Lora Mei Wulan: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Ramen Bajuri Cabang Jatinangor (Studi Pada Konsumen Mahasiswa UIN Bandung)**

Pada saat ini bisnis persaingan sangat ketat, pemasaran menjadi hal yang sangat penting dalam bisnis, banyak sekali perusahaan yang memproduksi barang-barang tetapi tidak dapat memasarkannya. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Masalah kualitas pelayanan dan promosi dalam sebuah perusahaan sangatlah penting, dimana kedua faktor ini pasti dirasakan oleh konsumen yang datang. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen baik secara parsial maupun secara simultan.

Metodologi yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan metode kuantitatif. Dengan mengambil data berdasarkan data primer dan data sekunder, dengan jumlah sampel yang diambil untuk melakukan penelitian ini sebanyak 70 orang responden. Teknik pengujian pada penelitian ini menggunakan uji analisis regresi linear berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien determinasi, uji t (uji parsial), dan uji F (uji simultan) dengan bantuan program SPSS.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara positif dan signifikan, dibuktikan dari hasil perbandingan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $3,949 > 1,996$  serta nilai sig. sebesar  $0,000 < 0,05$ ; (2) Terdapat pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen secara positif dan signifikan, dibuktikan dengan hasil perbandingan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $5,631 > 1,996$  serta nilai sig. sebesar  $0,000 < 0,05$ ; (3) Secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen secara signifikan, dibuktikan dari hasil perbandingan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $92,581 > 3,134$ ) serta nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan persentase koefisien determinasi sebesar 73,44% dan sisanya 26,56% tidak dibahas dalam penelitian ini.

***Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Promosi, Kepuasan Konsumen***