

ABSTRAK

Ahmad Syaifudin Hamzah. 2022. Skripsi. **Pengaruh Bauran Produk, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo.** Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui apakah Bauran Produk, Promosi dan Lokasi memiliki pengaruh secara simultan dan parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo. dan juga diantara ketiga variabel tersebut, variabel mana yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel terikatnya (kepuasan konsumen).

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, dengan variabel Bauran Produk, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Adapun responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk di KFC Kota Probolinggo pada bulan januari 2022. Penentuan sampel menggunakan teknik *Nonprobability sampling* dari teknik tersebut menggunakan teknik *insidental sampling*. Teknik pengumpulan data dengan memberi kuesioner pada responden, wawancara dan dokumentasi. Dalam membuktikan dan menganalisis hal tersebut, maka digunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis determinasi R^2 , uji regresi linier berganda serta uji f (simultan) dan uji t (parsial).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa: 1) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada KFC Kota Probolinggo. Hasil pengujian tersebut diperoleh dari $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ ($39,738 \geq 2.70$). Dengan demikian hasil pengujian hipotesis pada uji f (simultan) menunjukkan adanya pengaruh pada Variabel Bauran Produk, Promosi dan Lokasi secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen. 2) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada KFC Kota Probolinggo. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa Bauran Produk (X_1) memiliki nilai t_{hitung} sebesar $4,598 \geq 1.984$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Promosi (X_2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar $2,353 \geq 1.984$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dan Lokasi (X_3) memiliki nilai t_{hitung} sebesar $8,177 \geq 1.984$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari ketiga variabel mempunyai nilai signifikansi < 0.05 . Dengan demikian hasil uji t (parsial) menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari variabel Bauran Produk, Promosi dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada KFC Kota Probolinggo. Dari ketiga variabel penelitian, yang berpengaruh dominan adalah Variabel Lokasi dikarenakan memiliki nilai koefisien beta paling besar dibandingkan Variabel Bauran Produk dan Promosi.

Kata Kunci: Bauran Produk, Promosi, Lokasi dan Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

Ahmad Syaifudin Hamzah. 2022. Thesis. The Effect of Product Mix, Promotion and Location on Consumer Satisfaction at Kentucky Fried Chicken (KFC) Probolinggo City. Management Study Program, Faculty of Economics, Panca Marga University Probolinggo.

This study aims to determine whether the product mix, promotion and location have a simultaneous and partial effect on consumer satisfaction at Kentucky Fried Chicken (KFC) Probolinggo City. and also among the three variables, which variable has the most dominant influence on the dependent variable (consumer satisfaction).

The type of research used is descriptive quantitative, with the variables of Product Mix, Promotion and Location on Consumer Satisfaction. The number of samples in this study were 100 respondents. The respondents in this study are consumers who buy products at KFC Probolinggo City in January 2022. The determination of the sample uses a non-probability sampling technique. The technique uses incidental sampling. Data collection techniques by giving questionnaires to respondents, interviews and documentation. In proving and analyzing this, validity and reliability tests are used, classical assumption test, R^2 determination analysis, multiple linear regression test and f test (simultaneous) and t test (partial).

The test results show that: 1) simultaneously affect consumer satisfaction at KFC Probolinggo City. The test results were obtained from F_{count} F_{table} ($39.738 > 2.70$). Thus the results of hypothesis testing on the f (simultaneous) test show that there is an effect on the Product Mix, Promotion and Location Variables together on Consumer Satisfaction. 2) partially affect consumer satisfaction at KFC Probolinggo City. The partial test results show that the Product Mix (X_1) has a t_{count} value of $4,598 > 1,984$, then H_0 is rejected and H_a is accepted. Promotion (X_2) has a t_{count} of $2,353 > 1,984$, then H_0 is rejected and H_a is accepted, and Location (X_3) has a t_{count} value of $8.177 > 1,984$, then H_0 is rejected and H_a is accepted. Of the three variables have a significance value < 0.05 . Thus, the results of the t -test (partial) show a significant effect of the Product Mix, Promotion and Location variables on Consumer Satisfaction at KFC Probolinggo City. Of the three research variables, the dominant influence is the Location Variable because it has the largest beta coefficient value compared to the Product and Promotional Mix Variables.

Keywords: *Product Mix, Promotion, Location and Consumer Satisfaction.*