

## **ABSTRAK**

Pada era sekarang ini perkembangan dunia bisnis semakin pesat, salah satunya persaingan di bisnis kuliner. Semakin pesatnya persaingan yang ada mengharuskan para pelaku bisnis untuk selalu berkembang dan berusaha mempertahankan bisnisnya. Perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia yang lebih konsumtif disertai dengan meningkatnya daya beli masyarakat yang menyebabkan bergesernya permintaan atas kebutuhan pangan yang terus meningkat berpengaruh pada peningkatan permintaan penawaran makanan. Tempat adalah salah satu faktor yang sesuai atau tepat berpengaruh kepada keputusan pembelian. Konsep pemasaran diperoleh dengan istilah yang diketahui oleh marketing atau bauran pemasaran yang termasuk dari produk, harga, promosi, dan lokasi atau tempat usaha, dari Tujuan menentukan tempat usaha dengan strategis yaitu untuk mendukung usaha untuk dalam berproduksi dengan efektif dan lancar. Produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen Bakso Tenes Tanggul. Jenis penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang pernah membeli produk Bakso Tenes Tanggul. Populasi yang digunakan dalam penelitian Bakso Tenes Tanggul menggunakan 200 orang. Dengan menggunakan Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Metode pengumpulan data Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarluaskan kuisioner secara offline. Pengolahan data dilakukan dengan teknik regresi linier berganda menggunakan software spss untuk menguji hipotesis secara parsial. Hasil dari penelitian ini adalah variabel Kualitas Produk (X1) mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Harga (X2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, Lokasi (X3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan Pelayanan terhadap kepuasan konsumen (X4) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci : Pemasaran, Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen**

## **ABSTRACT**

*In today's era, the development of the business world is increasing rapidly, one of which is competition in the culinary business. The rapid competition that exists requires business people to always develop and try to maintain their business. Changes in the lifestyle of the Indonesian people who are more consumptive are accompanied by an increase in people's purchasing power which causes a shift. . the growing demand for food needs has an effect on increasing the demand for food supply. Place is one of the appropriate or appropriate factors that influence the purchase decision. The concept of marketing is obtained by terms known by marketing or marketing mix which includes products, prices, promotions, and locations or places of business, from the purpose of determining the place of business strategically, namely to support the business to produce effectively and smoothly. Products that are estimated against expected performance (or results). The study aims to determine the influence of product quality, price, location and service on consumer satisfaction of Bakso Tenes Tanggul. This type of research uses quantitative shorthand methods. The population in this study were consumers who had purchased Tenes Tanggul Meatball products. The population used in the Tenes Embankment Meatball study used 200 people. By using sampling techniques using purposive sampling method. Data collection methods In this study, data collection was carried out by distributing questionnaires offline. Data processing is carried out by multiple linear regression techniques using spss software to partially test hypotheses. The result of this study is that the variable Product Quality (X1) has a significant influence on Consumer Satisfaction, Price (X2) has a significant influence on consumer satisfaction, Location (X3) has a significant influence on consumer satisfaction and Service on customer satisfaction (X4) has a significant influence on consumer satisfaction.*

**Keyboard : Marketing, Product Quality, Price, Consumer Satisfaction**