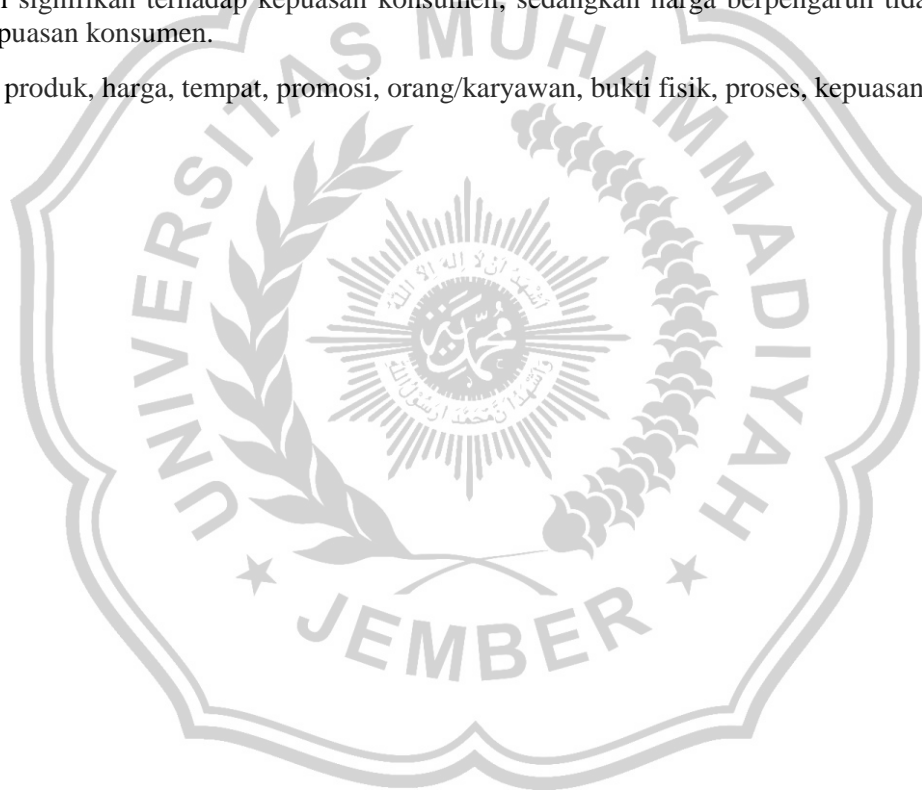


## ABSTRAK

Dunia bisnis yang semakin berkembang, mengakibatkan adanya perubahan pola dan cara para pesaing dalam mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan bisnisnya. Kepuasan pelanggan menjadi faktor penting untuk mengembangkan usaha. Saat pelanggan mendapatkan kepuasan, dapat menimbulkan rasa loyalitas tinggi dan senantiasa membeli kembali sehingga tidak memberikan pengaruh terhadap pihak lain. Persaingan yang semakin ketat ditandai dengan makin banyaknya kedai mie di Bondowoso, salah satu bisnis yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah Waroeng Mie Mak Tur. Naik turunnya jumlah konsumen pada saat melakukan pembelian menjadi permasalahan di Waroeng Mie Mak Tur Bondowoso sehingga menimbulkan kepuasan konsumen yang diharapkan dapat menstabilkan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, tempat, promosi, orang/karyawan, bukti fisik dan proses terhadap kepuasan konsumen. Jenis penelitian adalah kuantitatif dengan sampel yang digunakan berjumlah 80 sampel dengan teknik purposive sampling. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa produk, tempat, promosi, orang/karyawan, bukti fisik dan proses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: produk, harga, tempat, promosi, orang/karyawan, bukti fisik, proses, kepuasan konsumen.



## **ABSTRACT**

*The business world is growing, resulting in changes in the patterns and ways of competitors in achieving their goals to create and maintain their business. Customer satisfaction is an important factor to develop a business. When customers get satisfaction, it can lead to a high sense of loyalty and always repurchase so that it does not affect other parties. The increasingly fierce competition is marked by the increasing number of noodle shops in Bondowoso, one of the businesses that also feels the current tight competition is Waroeng Mie Mak Tur. The rise and fall of the number of consumers when making purchases is a problem at Waroeng Mie Mak Tur Bondowoso, causing consumer satisfaction which is expected to stabilize sales. This study aims to determine the effect of product, price, place, promotion, people/employees, physical evidence and process on consumer satisfaction. This type of research is quantitative with 80 samples used with purposive sampling technique. The analysis used is multiple linear regression analysis. From the analysis, it can be seen that product, place, promotion, people/employees, physical evidence and process have a significant effect on consumer satisfaction, while price has no significant effect on consumer satisfaction.*

**Keywords:** *product, price, place, promotion, people/employees, physical evidence, process, customer satisfaction*

