

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga (X1) Promosi (X2) Cita Rasa (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pada C'Bezt Friedchicken Jalan Kalimantan Jember. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan C'Bezt Friedchicken Jalan Kalimantan Jember. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi, kuisioner, studi kepustakaan yang meliputi uji statistic deskriptif, uji instrumen data ( uji validitas, uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, uji hipotesis (uji parsial, uji simultan). Dengan bantuan program SPSS 21.0 Windows hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dengan nilai sig  $0,005 < 0,05$  dan hasil T hitung  $2,509 > 1,990$ , dan promosi dengan nilai  $0,002 < 0,05$  dan hasil T hitung  $2,560 > 1,990$ , dan cita rasa nilai  $0,002 < 0,05$  dan hasil T hitung  $2,352 > 1,990$ . Jadi dapat disimpulkan ketiganya dapat berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku kepuasan pelanggan C'Bezt.

Kata kunci : Harga, promosi, cita rasa, kepuasan pelanggan

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of Price (X1) Promotion (X2) Taste (X3) on Customer Satisfaction (Y) at C'Bezt Friedchicken Jalan Kalimantan Jember. This type of research uses a quantitative method approach. The population in this study were C'Bezt Friedchicken Customers, Jalan Kalimantan Jember. Data collection techniques used were observation, interviews, documentation, questionnaires, literature study which included descriptive statistical tests, data instrument tests (validity test, reliability test), classical assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity), multiple linear regression analysis, hypothesis testing (partial test, simultaneous test). With the help of the SPSS 21.0 Windows program, the results of this study show that prices with a sig value of  $0.005 < 0.05$  and T-count results of  $2.509 > 1.990$ , and promotions with a value of  $0.002 < 0.05$  and T-count results of  $2.560 > 1.990$ , and taste the value of  $0.002 < 0.05$  and the results of T count  $2.352 > 1.990$ . So it can be concluded that both of them can have a significant positive effect on C'Bezt customer satisfaction behavior.*

*Keywords: Price, promotion, taste, customer satisfaction*

