

PENGARUH PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIE MERAPI CABANG PAHLAWAN BANDUNG

Oleh:
SOLIHAT AFFANDI
NPM: A10140542

Di bawah bimbingan:
Deni Hamdani, SE, M.Si.

ABSTRAK

Awal mula Mie Merapi adalah didirikan oleh Agit Bambang di kota Bandung. Banyaknya wisatawan dari luar Bandung yang lebih banyak menikmati liburannya, menjadi sarana utama bagi usaha kuliner di Bandung. Pada tahun 2010 kuliner yang berbahan utama mie sedang populer, sehingga ia berpikir untuk membuka usaha kuliner dengan cita rasa yang berbeda. Terdapat pilihan kuah merapi (untuk menyukai pedas), kare dan tradisional (untuk yang menyukai cita rasa Indonesia).

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengunjungi Mie Merapi sebanyak 100 responden. Teknik penentuan sampel menggunakan *probability sampling*, dan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengunjungi mie merapi sebanyak 30 responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software SPSS V22.0*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk pada kategori baik, yaitu dengan nilai skor masing-masing 3491 dan promosi dalam kategori kurang baik dengan nilai skor 2296 serta memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen sebesar 2775, artinya semakin baik penerapan produk dan promosi maka semakin baik pula kepuasan konsumen pada konsumen Mie Merapi.

Kata Kunci: Produk, Promosi, Kepuasan Konsumen

**THE INFLUENCE OF PRODUCT AND PROMOTION ON CUSTOMER
SATISFACTION OF MIE MERAPI BRANCH IN PAHLAWAN BANDUNG**

By:
SOLIHAT AFFANDI
NPM: A10140542

Under the guidance of:
Deni Hamdani, SE, M.Si.

ABSTRACT

The beginning of Merapi Noodle was founded by Agit Bambang in the city of Bandung. The number of tourists from outside Bandung who enjoy their holidays more, become the main means for culinary business in Bandung. In 2010 culinary made from noodles was popular, so he thought about opening a culinary business with a different flavor. There is a choice of merapi sauce (to like spicy), curry and traditional (for those who like Indonesian flavors).

The research method used is descriptive and verification. The population in this study are consumers who have visited Mie Merapi as much as 100 respondents. Sample determination technique uses probability sampling, and the sample in this study is 30 consumers who visited Merapi noodles. Data analysis used is multiple linear regression analysis with the help of SPSS V22.0 software.

The results showed that the product in the good category, with 3491 scores and promotion in categories with a poor score with a score of 2296 and had a positive influence on customer satisfaction of 2775, meaning that the better the application of products and promotion the better customer satisfaction to consumers of Merapi Noodles.

Keywords: Product, Promotion, Consumer Satisfaction

