

# **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Cita Rasa Kopi Sanger terhadap kepuasan konsumen di Restu Bunda Waroeng Medan - Sumatera Utara**

**Derrick Terencio Husni<sup>1</sup>Yusniar Lubis<sup>2</sup>**

**Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Prima Indonesia**

**Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area**

Author Coresponden : Khomeiny Yuniur

**Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Prima Indonesia,**

**PUI Kopi Sanger Universitas Prima Indonesia**

Email: [Khomeinyuniur@gmail.com](mailto:Khomeinyuniur@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan. Permasalahan yang terjadi pada *Restu Bunda Waroeng* yaitu kurangnya kualitas produk, harga yang terlalu tinggi, promosi yang jarang dilakukan dan cita rasa yang tidak konsisten, sehingga menimbulkan permasalahan turunya kepuasan pelanggan pada *Restu Bunda Waroeng*. Pada *Restu Bunda Waroeng* adalah pelanggan mengeluhkan kualitas produk yang tidak sesuai dengan harapan konsumen sehingga menyebabkan menurunnya kepuasan pelanggan. harga yang ditawarkan *Restu Bunda Waroeng* tidak sebanding dengan kualitas produk, pelayanan, atau pengalaman yang didapatkan sehingga menimbulkan penurunan kepuasan pelanggan. Jarangnya promosi yang dilakukan oleh *Restu Bunda Waroeng* untuk promosi di sosial media yang menyebabkan turunya kepuasan pelanggan. Ketidaksesuaian ekspektasi konsumen terhadap cita rasa yang diharapkan sehingga menyebabkan menurunnya kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan sampel yang digunakan adalah 192 responden. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan sampling jenuh. Kesimpulan penelitian ini adalah secara parsial kualitas produk, harga, promosi, cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja. Secara simultan kualitas produk, harga, promosi, cita rasa bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi, Cita Rasa, Kepuasan Konsumen**

## **ABSTRACT**

This study aims to examine and analyze the influence of product quality, price, promotion, and taste on customer satisfaction. The problems occurring at Restu Bunda Waroeng include poor product quality, excessively high prices, infrequent promotions, and inconsistent taste, which have led to a decline in customer satisfaction at Restu Bunda Waroeng. At Restu Bunda Waroeng, customers complain that product quality does not meet consumer expectations, resulting in decreased customer satisfaction. The prices offered by Restu Bunda Waroeng are not commensurate with the product quality, service, or experience received, leading to a decline in customer satisfaction. The infrequent promotions conducted by Restu Bunda Waroeng on social media have caused a decrease in customer satisfaction. The mismatch between consumer expectations and the actual taste experienced has resulted in reduced customer satisfaction. This study employs quantitative research with a sample of 192 respondents. The data analysis method uses multiple linear regression with saturated sampling. The conclusion of this study is that partially, product quality, price, promotion, and taste have a positive and significant effect on job satisfaction. Simultaneously, product quality, price, promotion, and taste together influence customer satisfaction.

**Keywords:** *Product Quality, Price, Promotion, Taste, Consumer Satisfaction*

