

MOHAMMAD IRHAM LATONANGI. NPM : 91611404122043. **Pengaruh Cita Rasa Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kebab Matu Poso.** Dibimbing oleh Bapak Adolf OS Iubalu dan Bapak Sudarto Usuli.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Cita Rasa Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kebab Matu Poso. Adapun populasi yang digunakan adalah pelanggan Kebab Matu Poso. Sampel diambil dengan metode *simple random sampling*, yang jumlahnya 36 responden, Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Data diolah dengan analisis regresi berganda menggunakan alat *computer statistical program for social science* (SPSS).

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut $Y = -0,393 + 0,713X_1 + 0,291X_2$. Semua indikator bersifat valid dan variabelnya reliabel. Hasil uji T membuktikan bahwa variabel cita rasa dan variasi produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kebab Matu Poso. Variabel cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kebab Matu Poso yang dibuktikan dengan nilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$. Nilai t_{hitung} variabel cita rasa 5.736. Variabel variasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kebab Matu Poso yang dibuktikan dengan nilai $\text{sig } 0,010 < 0,05$. Nilai t_{hitung} variabel variasi produk 2.724. Hasil uji F membuktikan bahwa variabel cita rasa dan variasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kebab Matu Poso, yang dibuktikan dengan nilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$. Dengan nilai f_{hitung} sebesar 102.325. Koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,861. Hal ini berarti 86% kepuasan pelanggan pada Kebab Matu Poso ditentukan oleh variabel cita rasa dan variasi produk, sisanya yaitu 14% ditentukan oleh variabel lain.

Kata Kunci : cita rasa, variasi produk, kepuasan pelanggan.