

## **Abstrak**

Keberhasilan suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan tersebut mampu membahagiakan pelanggan atau konsumen dengan pelayanan yang diberikan, sehingga akan tercipta kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, dapat dibutuhkan beberapa pembuktian atau kajian empiris lainnya yang dapat menjawab pengaruh sesungguhnya atas reliability, responsiveness, assurance, dan tangible terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh reliability, responsiveness, assurance, dan tangible terhadap kepuasan konsumen pada McDonald's Graha Family di Surabaya. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana data yang disajikan dengan angka dan analisis menggunakan statistik, dengan variabel reliability, responsiveness, assurance, tangible dan kepuasan konsumen. Pada penelitian ini jumlah responden yang digunakan berjumlah 50 orang pelanggan atau konsumen McDonald's Graha Family di Surabaya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Uji yang digunakan adalah validitas dan reliabilitas, regresi linier berganda serta uji F dan uji t. Hasil menunjukkan ada pengaruh secara simultan dan parsial antara reliability ( $X_1$ ), responsiveness ( $X_2$ ), assurance ( $X_3$ ), dan tangible ( $X_4$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) pada McDonald's Graha Family. Hasil ini membuktikan bahwa kepuasan konsumen dapat tercipta dengan adanya reputasi restoran yang baik, pelayanan yang bagus, tanggapan crew yang cepat dan ramah, serta adanya jaminan yang diberikan oleh restoran kepada konsumen. Kata Kunci: reliability, responsiveness, assurance, tangible, kepuasan konsumen

## **Abstract**

The success of a company engaged in services is influenced by how the company is able to satisfy customers or consumers with the services provided, so customer satisfaction will be created. Therefore, it can take some proof or other empirical studies that can answer the true effect of reliability, responsiveness, assurance, and tangibility on customer satisfaction. This study aims to determine the effect of reliability, responsiveness, assurance, and tangibility on customer satisfaction at the McDonald's Graha Family in Surabaya. The approach in this study uses a quantitative approach, where data are presented with numbers and analysis using statistics, with variable reliability, responsiveness, assurance, tangible and customer satisfaction. In this study the number of respondents used amounted to 50 McDonald's customers or consumers in Surabaya. The research method used in this study is a survey method. The test used is validity and reliability, multiple linear regression and F test and t test. The results show that there is a simultaneous and partial effect between reliability (X1), responsiveness (X2), assurance (X3), and tangible (X4) on customer satisfaction (Y) at the McDonald's Graha Family. This result proves that customer satisfaction can be created with a good restaurant reputation, good service, fast and friendly crew response, and the guarantee given by the restaurant to consumers. Keywords: reliability, responsiveness, assurance, tangible, customer satisfaction