

**THE INFLUENCE OF MARKETING STRATEGY AND  
COMPETITIVENESS ON CONSUMER SATISFACTION AT REKOSO  
LAMONGAN CHICKEN EATING HOUSE**

**Dewi Febrianti  
NIM. 041910093**

**ABSTRACT**

*This research aims to determine and analyze marketing strategy variables (X1) and competitiveness (X2) on consumer satisfaction (Y) at the Rekoso chicken restaurant located on Jl. Kombespol M duriat, jetis, Lamongan District, Lamongan Regency.*

*This research uses quantitative methods by distributing questionnaires. The population in this study are consumers who buy food at Ayam Rekoso on Jl. Kombespol M Durat, Jetis, Lamongan District, Lamongan Regency and the sample used was 100 respondents. Data analysis uses test tools, namely validity test, reliability test, multiple linear regression test, multiple correlation test, coefficient of determination test, t test, F test.*

*The results of the analysis show that all data collected shows valid and reliable results. The SPSS output results show a multiple correlation value of 0.803 and a coefficient of determination (R<sup>2</sup>) of 0.645. From the ttable calculation*

*It is 1,567 and tcount X1 is 3,302 and X2 is 4,344, indicating that there is a partial influence. Meanwhile, from the Fcount calculation, the result was 88.177 and Ftable was 4.83, which shows that there is a simultaneous influence. Meanwhile, from the results of multiple linear regression analysis, the value  $Y = 1.110 + 0.208X1 + 0.220X2$ .*

*Based on the research results, it can be concluded that the variables contained in Marketing Strategy (X1) and Competitiveness (X2) simultaneously and partially have a significant influence on Consumer Satisfaction (Y), Competitiveness (X2) is the variable that has a dominant influence on Consumer Satisfaction (Y).*

**Keyword:** *Marketing Strategy, Competitiveness, Consumer Satisfaction.*

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN DAYA SAING TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN AYAM REKOSO  
LAMONGAN**

**Dewi Febrianti**  
**NIM. 041910093**

**RINGKASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa variabel strategi pemasaran ( $X_1$ ) dan daya saing ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) pada rumah makan ayam rekoso yang berada Jl. Kombespol M duriat, jetis, Kecamatan Lamongan, Kabupaten Lamongan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan cara menyebar kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli makanan di Ayam Rekoso di Jl. Kombespol M duriat, jetis, Kecamatan Lamongan, Kabupaten Lamongan dan sampel yang digunakan 100 responden. Analisa data menggunakan alat uji yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji korelasi berganda, uji koefisien determinasi, uji t, uji F.

Hasil analisis menunjukkan bahwa semua data yang terkumpul menunjukkan hasil yang valid dan reliabel. Hasil output SPSS menunjukkan nilai korelasi berganda sebesar 0.803 dan koefisien determinasi sebesar ( $R^2$ ) 0.645. Dari perhitungan  $t_{tabel}$

Sebesar 1.567 dan  $t_{hitung}$   $X_1$  sebesar 3.302 dan  $X_2$  sebesar 4.344 sehingga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial. Sedangkan dari perhitungan  $F_{hitung}$  didapat hasil sebesar 88.177 dan  $F_{tabel}$  sebesar 4.83 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan. Sedangkan dari hasil analisis regresi linier berganda didapat nilai  $Y = 1.110 + 0.208X_1 + 0.220X_2$ .

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel yang terdapat dalam Strategi Pemasaran ( $X_1$ ) dan Daya Saing ( $X_2$ ) secara simultan dan parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ), Daya Saing ( $X_2$ ) merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ).

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Daya Saing, Kepuasan Konsumen.