

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Pada Pelanggan Warunk Upnormal Semarang)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Warunk Upnormal Semarang

Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan Warunk Upnormal Semarang. Metode penelitian yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden dengan metode pengambilan data secara primer menggunakan kuesioner. Data dianalisis menggunakan uji instrumen, analisis linier berganda dan uji model.

Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas produk maka semakin meningkat kepuasan pelanggan. Semakin baik persepsi harga semakin meningkat kepuasan pelanggan. Semakin baik lokasi maka semakin meningkat kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Lokasi, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND LOCATION OF CUSTOMER SATISFACTION

(Study on Semarang Upnormal Warunk Customers)

This study aims to discuss and analyze product quality, price and location perceptions of customer satisfaction in Semarang Upnormal Warunk

The population in this study is Semarang Upnormal Warunk customers. The research method used is purposive sampling. The sample used was taken by 100 respondents with a primary data collection method using a questionnaire. Data were analyzed using instrument tests, multiple linear analyzes and model tests.

The results of the study prove the positive and significant product quality on customer satisfaction, positive and significant price perceptions on customer satisfaction, positive and significant location on customer satisfaction. The better the quality of the product, the more customer satisfaction increases. The better the price perception the more customer satisfaction increases. The better the location, the more customer satisfaction increases.

Keywords: Product Quality, Price Perception, Location, Customer Satisfaction