

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, lokasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Obyek yang diteliti adalah Kampung Jawa Pawone Simbah Batang, serta variabel independen dalam penelitian yaitu kualitas produk, persepsi harga, lokasi, dan kualitas layanan kemudian variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli produk minimal dua kali di kampung Jawa Pawone Simbah Batang, peneliti mengambil sampel dengan jumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer, dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji F, uji koefisien determinasi (R^2), dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan 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, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality, price perception, location and service quality on customer satisfaction. The object under study is Kampung Jawa Pawone Simbah Batang, as well as the independent variables in the study, namely product quality, price perception, location, and service quality, then the dependent variable is customer satisfaction.

The population in this study were customers who bought the product at least twice in the Javanese village of Pawone Simbah Batang, the researchers took a sample of 100 respondents. The sampling technique in this study used purposive sampling, namely the technique of

determining the sample with certain criteria. The data used in this study is primary data, using a questionnaire as a research instrument. The analytical tool used is multiple linear regression, validity test, reliability test, F test, coefficient of determination (R^2) test, and t test.

The results showed that product quality had a positive and significant effect on customer satisfaction, price perception had a positive and significant effect on customer satisfaction, location had a positive and significant effect on customer satisfaction, and service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Price Perception, Location and Service Quality on Customer Satisfaction.