

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Ndalem Gawanda Nganjuk)

Nur Indah Muffida

Email : indahmuffida74@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kadiri

Dosen Pembimbing: Prof. Dr. Djunaedi, MM.

Dr. Angga Rizka Lidiawan, SE, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Ndalem Gawanda Nganjuk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda untuk menguji hipotesis setelah melalui uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 67 responden menggunakan metode accidental sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($179,329 > 2,518$). Semakin baik Kualitas Pelayanan yang diberikan, semakin kompetitif harga yang ditawarkan, dan semakin strategis Lokasi, mampu meningkatkan Kepuasan Konsumen secara keseluruhan. Secara parsial Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Variabel X1 Kualitas Pelayanan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,467 > 1,998$). Variabel X2 Harga dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,646 > 1,998$). Variabel X3 Lokasi dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,676 > 1,998$). Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi maka semakin tinggi pula tingkat Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The Influence of Service Quality, Price and Location on Consumer Satisfaction (Case Study at Ndalem Gawanda Nganjuk)

Nur Indah Muffida

Email : indahmuffida74@gmail.com

Faculty of Economics and Business University of Kadiri

Counselors: Prof. Dr. Djunaedi, MM.

Dr. Angga Rizka Lidiawan, SE, MM.

This study aims to determine the Effect of Service Quality, Price and Location on Consumer Satisfaction at Ndalem Gawanda Nganjuk. This study uses a quantitative approach with multiple linear regression analysis methods to test the hypothesis after going through validity, reliability, and classical assumption tests. Data were obtained through distributing questionnaires to 67 respondents using the accidental sampling method. The results of the study indicate that simultaneously Service Quality, Price and Location have a positive and significant effect on Consumer Satisfaction. With a calculated F value $> F$ table ($179,329 > 2,518$). The better the Quality of Service provided, the more competitive the price offered, and the more strategic the Location, it can increase Consumer Satisfaction as a whole. Partially, Service Quality, Price and Location also have a positive and significant effect on Consumer Satisfaction. Variable X1 Service Quality with a calculated t value $> t$ table ($2.467 > 1.998$). Variable X2 Price with a calculated t value $> t$ table ($2.646 > 1.998$). Variable X3 Location with t count value $> t$ table ($4.676 > 1.998$). This result shows that the better the Quality of Service, Price and Location, the higher the level of Consumer Satisfaction.

Keywords: Quality of Service, Price, Location, Consumer Satisfaction