

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ayam Geprek AG Kediri

Dosen Pembimbing : Indah Yuni Astuti, SE.,MM.
Diana Ambarwati, S.Pd.,MM
Nama Mahasiswa : Alfira Indah Sari
NPM 17130210019

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) , (2) pengaruh harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y), (3) pengaruh kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Jenis penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 300 konsumen di Rumah Makan Ayam Geprek AG Kediri. Sampel dalam penelitian ini yaitu 75 konsumen yang melakukan pembelian di Ayam Geprek AG Kediri. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukan bahwa (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan pelanggan pada Ayam Geprek AG Kediri. Nilai signifikan $0,008 < \text{dari } 0,05$, (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan pada Ayam Geprek AG Kediri. Nilai signifikan $0,000 < \text{dari } 0,05$, (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan pelanggan pada Ayam Geprek AG Kediri. Nilai signifikan $0,000 < \text{dari } 0,05$, (4) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3), secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Ayam Geprek AG Kediri. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < \text{dari } 0,05$. Perhitungan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan persamaan regresi diperoleh nilai $Y = 1.154 + 0.122 X_1 + 0.288 X_2 + 0.978 X_3$

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan Pelanggan