

Judul Penelitian: Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Caffe SAP Kediri (Sujoko Adi Purwanto)

Dosen Pembimbing : Diana Ambarwati, S.Pd., MM
Heru Sutapa, S.Pd., M.M
Nama Mahasiswa : Rambu Dyah Ayu Yaya H.R
NPM : 17.13021.0127

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel kualitas produk (X1), harga (X2) dan strategi promosi (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) Caffe SAP Kediri. Jenis penelitian yang digunakan penelitian kuantitatif yang diolah dengan metode statistik. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Pemilihan sampel menggunakan metode purposive sampling yaitu jumlah sampel ditentukan dengan beberapa kriteria seperti konsumen yang sudah pernah berkunjung lebih dari satu kali dan konsumen yang berusia diatas 17 tahun sehingga jumlah sampel dalam penelitian diperoleh sebanyak 96 responden. Data penelitian diperoleh melalui kuesioner, wawancara, dan studi literatur.

Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linier berganda hasil Uji t variabel kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen, dengan hasil nilai sig. $0,000 > 0,05$. Hasil uji t variabel harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen dengan hasil dengan nilai sig. $0,000 > 0,05$, Hasil uji t variabel strategi promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen dengan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai sig. $0,000 > 0,05$. Hasil uji F diperoleh hasil F_{hitung} sebesar $106.157 >$ dari F_{tabel} 2.70 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, harga dan strategi promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Caffe SAP Kediri.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut peneliti memberikan beberapa saran bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel diluar penelitian ini, sedangkan bagi pihak badan usaha diharapkan memperhatikan dan meningkatkan lagi kualitas produk, harga dan strategi promosi agar konsumen semakin tertarik untuk berkunjung.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Strategi Promosi, Kepuasan Konsumen