

ABSTRACT

This study aims to determine the Effect of Service Quality, Location and Price Perception on Consumer Satisfaction. This research was conducted at Surabaya Primadona Pharmacy. This research was conducted using quantitative research that is systematic scientific research on parts and phenomena and their relationships.

The population in this study is infinite. The sampling technique in this study uses the Lameshow formula, which is 100 respondents who returned the questionnaire and filled out the complete data. Data collected was then analyzed using the multiple linear regression analysis method with IBM SPSS 21 software.

After testing it is known (1) Partially, Service Quality has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction. This is indicated in the results of the coefficients of 0.351 with a significance level of 0,000. (2) Partially, Location has a effect not significant on Consumer Satisfaction. This is indicated in the results of the coefficients of 0.030 with a significance level of 0.694. (3) Partially Price Perception has positive and significant effect on Consumer Satisfaction. This is shown in the results of coefficients of 0.534 with a significance level of 0.000. (4) Simultaneously there is a positive and significant effect between Service Quality, Location, and Price Perception on Consumer Satisfaction. This is indicated by the results of ANOVA of 57,464 with a significance of 0,000. (5) The variable that has the most dominant influence on Consumer Satisfaction in this study is the Price Perception variable 39.5%

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. Penelitian ini dilaksanakan di Apotek Primadona Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan penelitian kuantitatif yaitu penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungannya.

Populasi pada penelitian ini tidak terhingga. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lameshow, yaitu 100 responden yang mengembalikan kuesioner dan mengisi data secara lengkap. Data yang berhasil dikumpulkan, selanjutnya dianalisis menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan software IBM SPSS 21.

Setelah dilakukan pengujian diketahui (1) Secara parsial, Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini ditunjukkan pada hasil *coefficients* sebesar 0,351 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000.

(2) Secara parsial Lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini ditunjukkan pada hasil *coefficients* sebesar 0.030 dengan tingkat signifikansi 0,694.

(3) Secara parsial Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini ditunjukkan pada hasil *coefficients* sebesar 0,534 dengan tingkat signifikansi 0,000.

(4) Secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Layanan, Lokasi, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini ditunjukkan pada hasil *anova* sebesar 57,464 dengan signifikansi sebesar 0,000.

(5) Adapun variabel yang paling berpengaruh dominan terhadap Kepuasan Konsumen dalam penelitian ini adalah variabel Persepsi Harga 39,5%

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Lokasi, Persepsi Harga, Kepuasan Konsumen