

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service variables, price, place and product completeness on customer satisfaction. The population in this study was Indomaret Mojopahit Surabaya consumers, the sampling technique in this study used purposive sampling and the sample used in this study was 100 respondents. The type of data used in this study is primary data using a questionnaire. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. After testing the hypothesis proposed in this study, the regression coefficient value of the service variable is 0.389, the price variable is 0.348, the environment variable is 0.194 and the product completeness variable is 0.135. And the F Test with a significance level of $0,000 < 0.050$, which means that service, price, place and product completeness can simultaneously affect customer satisfaction. By using the t test, a significant level of service variable, price, place and product completeness < 0.050 is obtained, showing the influence of service quality, price, place and product completeness parially can affect customer satisfaction.

Keywords: service quality, price, location, product completeness, customer satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel pelayanan, harga, tempat dan kelengkapan produk terhadap kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Indomaret Mojopahit Surabaya, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Setelah dilakukan pengujian atas hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, maka diperoleh nilai koefisien regresi variabel pelayanan sebesar 0,389, variabel harga sebesar 0,348, variabel lingkungan tempat 0,194 dan variabel kelengkapan produk sebesar 0,135. Dan Uji F dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,050$ yang artinya pelayanan, harga, tempat dan kelengkapan produk secara simultan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan Uji t diperoleh tingkat signifikan untuk variabel pelayanan, harga, tempat dan kelengkapan produk $< 0,050$, menunjukkan pengaruh kualitas layanan, harga, tempat dan kelengkapan produk secara parial dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: kualitas layanan, harga, tempat, kelengkapan produk, kepuasan pelanggan