

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan secara partial maupun simultan. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Menentukan sampel menggunakan cara slovin dan diperoleh 96 sampel. Pada variabel terikat yaitu variabel kepuasan pelanggan dan variabel bebas yaitu lokasi, persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas layanan pada Depot Bu Ima Cabang Simpang Dukuh Surabaya. Semua pernyataan valid, reliabel dan normal. Pengaruh lokasi, persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, berdasarkan pengujian yang dilakukan, hasil penelitian ini menunjukkan dengan nilai koefisien 0,106 pada variabel lokasi (X1), 0,124 variabel persepsi harga (X2), 0,306 variabel kualitas produk (X3) dan 0,563 variabel kualitas layanan (X4). Jika lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan nilai sebesar 10,6%, persepsi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan nilai sebesar 12,4% kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 30,6%, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 56,3%. Lokasi (X1), persepsi harga (X2), kualitas produk (X3) dan kualitas layanan (X4) yang memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat pada nilai R Square sebesar 0,420 yaitu sebesar 42% mampu menjelaskan variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y) sedangkan sisanya sebesar 58% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Depot Bu Ima Cabang Simpang Dukuh, sedangkan lokasi dan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Lokasi, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRAK

This study aims for knowing the effect of location, price perception, product quality, and service quality to customer satisfaction partially and simultaneously. The research method use quantitative method. For determining the sample use the Slovin method and obtained 96 samples. On the dependent variable is customer satisfaction. Independent variables is location, price perception, product quality, and service quality at Depot Bu Ima Simpang Dukuh Surabaya Branch. All statements are valid, reliable and normal. The influence of location, price perception, product quality, and service quality on customer satisfaction, based on the tests conducted, the results is 0.106 for that location variables (X1), 0, 124 for price perception variables (X2), 0.306 for variables product quality (X3) and 0.563 for service quality variables (X4). If the location does not affect customer satisfaction, the value is 10.6%, the perception of price does not affect customer satisfaction, the value is 12.4% product quality has an effect on customer satisfaction, the value is 30.6%, and service quality has an effect on customer satisfaction, the value is 56,3%. Location (X1), price perception (X2), product quality (X3) and service quality (X4) which has a strong relationship to customer satisfaction can be seen in the R Square value of 0.420, which is 42% able to explain the dependent variable, namely customer satisfaction (Y) while the remaining 58% is influenced by other variables not examined. The conclusion of this study is that product quality and service quality have a significant effect on customer satisfaction on the Simpang Dukuh Branch Depot, while the location and price have no effect on customer satisfaction.

Key Words : Location, Price Perception, Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction