

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di agen beras Barokah. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh seluruh pelanggan agen beras Barokah. Sampel yang digunakan sebanyak 96 responden. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas pelayanan harga dan lokasi secara individu memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di agen beras Barokah. Hal ini menunjukkan jika pelayanan yang diberikan semakin baik, harga beras yang ditawarkan semakin terjangkau dan lokasi toko semakin strategis maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan yang signifikan. Analisis koefisien determinasi menunjukan bahwa 0.570, yang berarti 57% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan harga dan lokasi. Sedangkan sisanya 43% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model atau persamaan, seperti kualitas produk citra perusahaan dan lain-lain.

Kata kunci: kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kepuasan konsumen

## **ABSTRACT**

*Research about factors that influence customer satisfaction at agen beras Barokah. The purpose of this research is to analyze the influence of service quality, price and location to the employee customer satisfaction. This type of research is descriptive quantitative and research design is explanatory. The population in this study are all agen beras Barokah Customers. The samples used were 96 respondents. Research shows that the quality of service, price and location have a positive and significant impact on customer satisfaction in Barokah rice dealer. It shows if the service provided is getting better, the price of rice offered increasingly affordable and increasingly strategic store locations then customer satisfaction will experience a significant increase. Coefficient determination test shows that 57% of customer satisfaction, influenced by service quality, price and location. While the remaining 14.8% is influenced by other variables outside the model or equation, like product quality, company image and others.*

*Key words: service quality, price, location and customer satisfaction*