ABSTRAK

Pada era bisnis seperti saat ini, persaingan di dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Salah satu bisnis yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah warung bakso rosak Silo. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan makin banyaknya warung-warung atau rumah makan yang menyediakan banyak menu makanan dan tentunya juga banyak diminati oleh masyarakat khususnya bakso. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 110 responden dengan metode *Accidental sampling* dengan teknik pengumpulan data melalui pembagian kuesioner. Pada penelitian ini terdapat keterbatasan penelitian berdasarkan uji koefisien determinasi seperti keterbatasan variabel, maka disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel bebas lain seperti kualitas pelayanan, promosi atau strategi pemasaran lainnya. Analisis yang digunakan yakni analisis data instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, uji hipotesis (uji t dan uji F), serta analisis koefisien determinasi berganda. Hasil analisis regresi linear berganda diketahui bahwa kualitas produk (0,084), harga (0,001), lokasi (0,368) yang artinya semua variabel kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa kualitas produk (0,020), harga (0,032), lokasi (0, 000) artinya secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas produk, harga, lokasi, kepuasan pelanggan

ABSTRACT

In the current business era, competition in the business world is getting tougher. This increasingly fierce competition requires business people to be able to maximize the performance of their companies in order to compete in the market. One business that also feels the current tight competition is the meatball stall rosak Silo. The increasingly fierce competition is marked by the increasing number of stalls or restaurants that provide many food menus and of course also much in demand by the public, especially meatballs. This study aims to determine the effect of product quality, price and location on customer satisfaction. The sample used in this study was 110 respondents with the Accidental Sampling method with data collection techniques through the distribution of questionnaires. In this study, there are research limitations based on the coefficient of determination test such as variable limitations, it is recommended for further researchers to use other independent variables such as service quality, promotion or other marketing strategies. The analysis used is instrument data analysis (validity test and reliability test), classical assumption test (normality test, multicollinearity test, autocorrelation test, heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis, hypothesis testing (t test and F test), and coefficient analysis. multiple determination. The results of multiple linear regression analysis show that product quality (0.084), price (0.001), location (0.368), which means that all product quality, price and location variables have a positive effect on customer satisfaction. Based on the results of the t test, it is known that product quality (0.020), price (0.032), location (0.000) means that partially significant influence on customer satisfaction. So it can be concluded that product quality, price and location have a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Product quality, price, location, customer satisfaction