

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANA, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELNGGAN

Oleh: Ulfah Alawiah

Pemasaran merupakan bagian yang memiliki peranan yang sangat penting, dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Pelayanan pada dasarnya dapat dikatakan sebagai suatu tindakan dan perlakuan atau cara melayani orang lain untuk memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginannya. Tingkat kepuasan pelanggan atau atas suatu pelayanan dapat diukur dengan membandingkan antara harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diinginkan dengan kenyataan yang diterimanya atau dirasakannya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan asosiatif, data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang dikumpulkan melalui observasi, kusioner dan kepustakaan. Sampel yang diambil sebanyak 87 responden. Pengukuran data dilakukan dengan menggunakan skala likert 5 poin. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, reabilita, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, korelasi, determinasi, uji t dan uji F.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa secara parsial, kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 40,9%, harga mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 21,6% dan lokasi mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 26,1%. Sedangkan pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan secara simultan sebesar 88,1%.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, lokasi dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE AND LOCATION ON CUSTOMER SATISFACTION

By: Ulfah Alawiah

Marketing is a part that has a very important role, and cannot be separated from human life. Service can basically be said as an action and treatment or a way of serving others to fulfill their needs and desires. The level of customer satisfaction or for a service can be measured by comparing the customer's expectations of the desired service quality with the reality it receives or feels.

This study aims to analyze the effect of service quality, price and location on customer satisfaction. The method used in this research is descriptive and associative method, the data used are primary data and secondary data collected through observation, questionnaires and literature. The samples taken were 87 respondents. Data measurement was carried out using a 5-point Likert scale. The analysis technique used is the validity test, reliability, classical assumption test, multiple linear analysis, correlation, determination, t test and F test.

The results of this study indicate that partially, service quality affects customer satisfaction by 40.9%, price affects customer satisfaction by 21.6% and location affects customer satisfaction by 26.1%. Meanwhile, the effect of service quality, price and location on customer satisfaction simultaneously is 88.1%.

Keywords: Service Quality, Price, Location and Customer Satisfaction