

PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN DI TOKO HANNY BROWNIES AND MORE LUMAJANG

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, lokasi, dan harga terhadap kepuasan konsumen di Toko Hanny Brownies and More Lumajang. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif, dengan teknik survei melalui pembagian kuesioner kepada 60 responden yang merupakan pelanggan aktif toko tersebut. Sampel diambil menggunakan metode purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda guna melihat kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa kualitas produk dan lokasi tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,170 atau 17,0%, yang berarti bahwa variabel kualitas produk, lokasi, dan harga secara simultan hanya mampu menjelaskan 17,0% variasi kepuasan konsumen. Sisanya sebesar 83,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dianalisis dalam model ini. Oleh sebab itu, fokus utama dalam meningkatkan kepuasan konsumen sebaiknya diarahkan pada penguatan aspek harga.

Kata kunci: kualitas produk, lokasi, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada toko hanny brownies and more lumajang.

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, LOCATION, AND PRICE ON
CONSUMER SATISFACTION AT HANNY BROWNIES AND MORE STORE,
LUMAJANG**

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the extent to which product quality, location, and price influence customer satisfaction at Hanny Brownies and More Lumajang. This research employs a quantitative approach using a survey method by distributing questionnaires to 60 respondents who are active customers of the store. The sampling technique applied is purposive sampling. Data were analyzed using multiple linear regression to assess the contribution of each independent variable to the dependent variable. The results show that product quality and location do not have a significant effect on customer satisfaction. The coefficient of determination (R^2) obtained is 0.170 or 17.0%, indicating that the variables of product quality, location, and price collectively explain only 17.0% of the variation in customer satisfaction. The remaining 83.0% is influenced by other factors not included in this regression model. Therefore, efforts to improve customer satisfaction should primarily focus on strengthening the pricing aspect.

Keywords: Product quality, location, and price on customer satisfaction at Hanny Brownies and More Lumajang.