

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Industri Kerupuk UD. Makmur Di Lumajang)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Memperoleh gelar sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen



Irawan Indra Wicaksono

NIM : 214121828

**PROGRAM SARJANA STRATA 1
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA GAMA LUMAJANG
2018**

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Industri
Kerupuk UD. Makmur Di Lumajang)**

Irawan Indra Wicaksono¹

Fauzan Muttaqien²

M. ato'illah³

STIE Widyagama Lumajang, Jawa Timur Indonesia

Email: irawan.indra54@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pada variabel bebas yaitu variabel kepuasan konsumen dan variabel terikat yaitu kualitas pelayanan, harga dan lokasi pada industri kerupuk UD. Makmur Semua pernyataan valid, reliabel dan normal. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen, berdasarkan pengujian yang dilakukan, hasil penelitian ini menunjukkan dengan nilai koefisien 0,403 dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), 0,433 variabel harga (X2) dan 0,036 variabel lokasi (X3). Jika kualitas pelayanan di tingkatkan sebesar satu poin, maka kepuasan konsumen akan bertambah sebesar 40,3%, setiap kenaikan tingkat harga sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 43,3% dan lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ditunjukkan nilai sebesar 03,6%. Kualitas pelayanan (X1), harga (X2) dan lokasi (X3) yang memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat pada nilai R Square sebesar 0,472, yang menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri kualitas pelayanan, harga dan lokasi dapat dijelaskan dengan kepuasan konsumen sebesar 47,2% mampu menjelaskan variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y) sedangkan sisanya sebesar 52,8% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada industri kerupuk UD. Makmur, sedangkan lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

study aims to analyze the effect of service quality, price and location to customer satisfaction. The research method used is quantitative method. The instruments of data collection using questionnaires. On the independent variable is consumer satisfaction variable and dependent variable that is service quality, price and location in UD cracker industry. Prosperous All statements are valid, reliable and normal. The effect of Quality of Service, Price and Location on Consumer Satisfaction, based on the test conducted, the results of this study showed that the value of coefficient of 0.403 can be seen that the service quality variables (X1), 0, 433 price variable (X2) and 0,036 location variable (X3). If the quality of service is increased by one point, the customer satisfaction will increase by 40.3%, each increase in price level by one point then the consumer satisfaction will increase by 43.3% and the location does not affect the customer satisfaction shown value of 03, 6%. The quality of service (X1), price (X2) and location (X3) with strong relation to customer satisfaction can be seen on R Square value of 0.472, indicating that independent variable consisting of service quality, price and location can be explained by consumer satisfaction of 47.2% able to explain the dependent variable of consumer satisfaction (Y) while the rest of 52.8% influenced by other variables not examined in this study. The conclusion of this study is the quality of service and price significantly influence the consumer satisfaction on UD cracker industry. Prosperous, while the location has no effect on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Price, Location and Consumer Satisfaction.

