

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Survei Pelanggan Waroeng SS Di Kecamatan Depok, Sleman, DIY)**

Arissa Anadya Utami

NIM. 14110209

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

arissa.utami@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi harga, kualitas produk, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Waroeng SS di Kecamatan Depok, Sleman, DIY. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang berkunjung pada Waroeng SS Kecamatan Depok, Sleman, DIY. Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan metode *purposive sampling* pada Waroeng SS di Kecamatan Depok, Sleman, DIY. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan maka diperoleh sampel sebanyak 100 responden yang sudah pernah membeli di Waroeng SS Kecamatan Depok, Sleman, DIY. Metode analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS versi 24. Hasil penelitian uji kelayakan model menggunakan uji F menyimpulkan bahwa model penelitian layak dilanjutkan untuk analisis berikutnya. Sedangkan untuk hasil pengujian hipotesis t menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan kualitas produk paling dominan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari keseluruhan bahwa persepsi harga, kualitas produk, lokasi, dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Persepsi Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan