

IKA PUTRI PUSPITASARI. 2025. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bakpia Zahrae 215 di Yogyakarta. Di bawah arahan Indah Widowati.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk 1) Menganalisis segmentasi pasar pada Bakpia Zahrae 215, 2) Menganalisis tingkat kepuasan konsumen Bakpia Zahrae 215, dan 3) Menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Bakpia Zahrae 215. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif, jenis penelitian dengan metode studi kasus. Metode pengambilan responden menggunakan teknik *accidental sampling* sebanyak 40 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, *Customer Satisfaction Index* (CSI), dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian diketahui bahwa segmentasi pasar Bakpia Zahrae 215 secara geografis, pasar didominasi oleh konsumen yang berasal dan berdomisili di Kota Yogyakarta, Sleman, dan Bantul, mencerminkan jangkauan lokal yang kuat. Secara demografis, konsumen mayoritas berada pada kelompok usia muda (17–24 tahun), berpendidikan SMA/SMK dan S1, dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa dan berasal dari kelas sosial menengah, yang merupakan segmen dengan daya beli stabil dan kecenderungan memilih produk yang praktis dan terjangkau. Secara segmentasi psikografis menunjukkan produk ini diminati oleh konsumen dengan gaya hidup yang senang mengeksplorasi makanan khas dan baru. Secara segmentasi perilaku, sebagian besar konsumen mengenal produk melalui teman (*word of mouth*), membeli untuk konsumsi pribadi, dan telah melakukan pembelian ulang sebanyak dua kali, menunjukkan potensi loyalitas yang tumbuh dari pengalaman konsumsi langsung. Tingkat kepuasan konsumen Bakpia Zahrae 215 terhadap harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan adalah puas dengan nilai CSI sebesar 80,25%. Variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Segmentasi Pasar.

IKA PUTRI PUSPITASARI. 2025. Effect of Price, Product Quality, and Service Quality on Consumer Satisfaction of Bakpia Zahrae 215 in Yogyakarta. Supervised by Indah Widowati.

ABSTRACT

This study aims to: (1) analyze the market segmentation of Bakpia Zahrae 215, (2) assess the level of consumer satisfaction, and (3) examine the influence of price, product quality, and service quality on consumer satisfaction. This research adopts a descriptive approach with a case study method. Respondents were selected using an accidental sampling technique, involving a total of 40 participants. The analysis techniques employed include descriptive analysis, the Customer Satisfaction Index (CSI), and multiple linear regression analysis. The results indicate that geographically, the market is dominated by consumers who come from and reside in Yogyakarta, Sleman, and Bantul, reflecting a strong local reach. Demographically, most consumers are in the young age group (17–24 years), have a high school or bachelor's education level, work as students, and belong to the middle social class, a segment with stable purchasing power and a tendency to choose practical and affordable products. In terms of psychographic segmentation, this product is in demand by consumers who like to explore unique and new foods. In terms of behavioral segmentation, most consumers know the product through friends (word of mouth), buy it for personal consumption, and have made repeat purchases twice, indicating the potential for loyalty that grows from direct consumption experiences. The level of consumer satisfaction with Bakpia Zahrae 215 regarding price, product quality, and service quality falls into the "satisfied" category, as indicated by a CSI score of 80.25%. Furthermore, the variables of price, product quality, and service quality significantly influence consumer satisfaction.

Keywords: Price, Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction and Market Segmentation.