

## ABSTRAK

**Mohamad Aris, Nim: 212368, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Stasiun Seblak Bandung Demak. Program S. 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen Bisnis Syariah (MBS) Institut Agama Islam Negeri Kudus.**

Stasiun Seblak Bandung merupakan salah satu usaha kuliner khas Bandung di Demak yang mengikuti permintaan konsumen akan makanan sehat, bervariasi, praktis, bersih dan bersaing dengan harga yang kompetitif. Dalam kondisi persaingan yang ketat saat ini maka yang menjadi prioritas utama Seblak Khas Bandung adalah mencapai tingkat kepuasan yang sesuai dengan harapan konsumen, dengan maksud agar konsumen tetap loyal dan tidak pindah ke tempat lain. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis adanya pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Seblak khas Bandung.

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) yang dilakukan didalam masyarakat yang sebenarnya untuk menemukan realitas apa yang tengah terjadi mengenai masalah tertentu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif pada hakekatnya adalah menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan metode statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Stasiun Seblak Bandung. Sampel menggunakan teknik sampel sampling jenuh yang terdapat sebanyak 100 orang pelanggan Stasiun Seblak Bandung.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Hasil pengujian menunjukkan didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,536 dan  $t_{tabel}$  sebesar 2,000 ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) taraf signifikansi sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ) sehingga dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. 2) Hasil pengujian menunjukkan didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 8,874 dan  $t_{tabel}$  sebesar 2,000 ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) taraf signifikansi sebesar 0,001 ( $< 0,05$ ) sehingga dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan. 3) Hasil pengujian menunjukkan didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 9,123 dan  $t_{tabel}$  sebesar 2,000 ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) taraf signifikansi sebesar 0,001 ( $< 0,05$ ) sehingga dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh antara lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

*Kata kunci: kualitas pelayanan, harga, lokasi, kepuasan pelanggan*