

ABSTRAK

Solekhah, Nim: 1420320002, Judul penelitian ini adalah “**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Waroeng Spesial Sambal Pati**”. Di bawah bimbingan Pembimbing Skripsi Bapak **Dr. H. Abdurrohman Kasdi, Lc., M.Si.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Waroeng Spesial Sambal Pati. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Instrumen pengumpulan data menggunakan observasi dan kuesioner. Pada variabel bebas yaitu variabel kepuasan konsumen dan variabel terikat yaitu kualitas pelayanan, harga dan lokasi di rumah makan Waroeng Spesial Sambal Pati. 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 0,320 dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), 0,245 variabel harga (X2) dan 0,355 variabel lokasi (X3). Jika kualitas pelayanan di tingkatkan sebesar satu poin, maka kepuasan konsumen akan bertambah sebesar 32%, setiap kenaikan tingkat harga sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 24,5% dan setiap kenaikan tingkat lokasi sebesar satu poin maka kepuasan konsumen mengalami kenaikan sebesar 35,5%. Kualitas pelayanan (X1), harga (X2) dan lokasi (X3) yang memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat pada nilai *R Square* sebesar 0,421, yang menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan, harga dan lokasi dapat dijelaskan dengan kepuasan konsumen sebesar 42,1% mampu menjelaskan variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y) sedangkan sisanya sebesar 57,9% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Waroeng Spesial Sambal Pati.

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