

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ,KUALITAS PRODUK, HARGA
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN OBAT ORGANIK
DI PT. ECO AGRO MANDIRI KANTOR CABANG PANGEAN MADURAN
LAMONGAN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan ,kualitas produk, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen obat organik di PT. ECO AGRO MANDIRI kantor cabang pangean maduran lamongan baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kauntitatif, dengan sampel sebanyak 97 responden, sedangkan teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yakni *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini yakni uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Dari hasil analisis yang didapat hasil uji t parsial, variabel kualitas pelayanan $t_{hitung} = 2.362 > t_{tabel} = 1.661$ dengan taraf signifikan sebesar $0.020 < 0.050$ dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel kualitas produk $t_{hitung} = 2.181 > t_{tabel} = 1.661$ dengan taraf signifikan sebesar $0.032 < 0.050$ dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel harga $t_{hitung} = 2.482 > t_{tabel} = 1.661$ dengan taraf signifikan sebesar $0.015 < 0.050$ dapat dinyatakan bahwa harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel promosi $t_{hitung} = 2.104 > t_{tabel} = 1.661$ dengan taraf signifikan sebesar $0.038 < 0.050$ dapat dinyatakan bahwa promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan Uji F simultan, terlihat bahwa $F_{hitung} = 19.460 > F_{tabel} = 2.471$ dapat dinyatakan bahwa, secara simultan kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), harga (X3), dan promosi (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), Sedangkan variabel yang paling berpengaruh adalah variabel harga (X3)

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, , Harga, Promosi, dan Kepuasan Konsumen