

The Influence Of Service Quality, Price And Product Variants On Customer Satisfaction at Tell On Café & Resto Karanggeneng Lamongan.

***By:
Azimatul Husna***

***Student of the Management Department of the Faculty of Economics
Darul 'Ulum Lamongan Islamic University***

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality, price and product variants on customer satisfaction partially and simultaneously. The variables used in this study are service quality, price and product variants as independent variables and customer satisfaction as the dependent variable. The population of this research is all customers of Tell on Café & Resto Karanggeneng Lamongan. This study used a simple random sampling method with the Cochran formula so that a sample of 96 respondents was obtained. With data collection techniques using the questionnaire method which has been tested for validity and reliability.

This study resulted in findings that (1) partially service quality, price, and product variants have a significant effect on customer satisfaction with the results of the T test analysis Service Quality Variable = 6.057 > ttable = 1.986, Price Variable tcount = 5.815 > ttable = 1.986, Variant Variable Product tcount = 6.744 > ttable = 1.986, with , with all significant values 0.00 < 0.05. (2) Service Quality, Price, and Product Variants simultaneously influence the Customer Satisfaction Variable with the results of the Fcount test greater than Ftable of 19.827 > 2.70 with a significant value of 0.00 < 0.05. (3) While the R square of 0.393 indicates that 39% of the Customer Satisfaction Variable is influenced by Service Quality, Price, and Product Variants. While the remaining 61% is influenced by other variables not examined.

***Keywords:* Service Quality, Price, Product Variants, and Customer Satisfaction.**

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Varian Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tell On Cafe Karanggeneng Lamongan

**Oleh:
Azimatul Husna**

**Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Darul ‘Ulum Lamongan**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengaruh kualitas pelayanan, harga dan varian produk terhadap kepuasan pelanggan secara parsial dan simultan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, harga dan varian produk sebagai variabel bebas dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan Tell on Café & Resto Karanggeneng Lamongan. Penelitian ini menggunakan metode simple random sampling dengan rumus cochrane sehingga diperoleh sampel sejumlah 96 responden. Dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya .

Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa (1) secara parsial kualitas pelayanan, harga, dan varian produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil analisis uji T Variabel Kualitas Pelayanan = $6,057 > t_{tabel} = 1,986$, Variabel Harga $t_{hitung} = 5,815 > t_{tabel} = 1,986$, Variabel Varian Produk $t_{hitung} = 6,744 > t_{tabel} = 1,986$, dengan , dengan seluruh nilai signifikan $0,00 < 0,05$. (2) Kualitas Pelayanan, Harga, dan Varian Produk bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan dengan hasil uji F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} sebesar $19,827 > 2,70$ dan nilai signifikan $0,00 < 0,05$. (3) Sedangkan R square sebesar 0,393 menunjukkan bahwa 39% Variabel Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Varian Produk. Sedangkan sisanya sebesar 61% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Varian Produk, dan Kepuasan Pelanggan.