

ABSTRAK

Dhani Wisnu Murti, Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kulit Pangsit Tunggal Jaya (Studi Kasus Pada UD. Tunggal Jaya Kesamben). Dhani Wisnu Murti 21102220016, Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Peternakan Universitas Islam Balitar, Blitar dengan bimbingan Rima Dewi Oryza Sativa, S.P., M.P.

Dunia bisnis modern pada saat ini menjadi persaingan bisnis yang sangat ketat pada setiap bidang usaha terutama persaingan dalam ranah kuliner, oleh karena itu pentingnya untuk meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen, mengetahui pengaruh dari kualitas produk, pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen dan untuk mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kulit pangsit tunggal jaya pada UD. Tunggal Jaya Kesamben. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen di UD. Tunggal Jaya Kesamben. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability*, jenisnya adalah *purposive sampling* dengan menggunakan teori Roscoe didapat 40 responden. Penelitian ini memanfaatkan alat analisis untuk mengolah dan menginterpretasikan data, yaitu SPSS IBM Statistic 22 untuk analisis linier berganda dan Microsoft Office Excel 2010. Hasil penelitian menunjukkan karakteristik responden didominasi oleh perempuan dengan tingkat pendidikan SMA/SLTA, berprofesi sebagai pegawai swasta/wiraswasta, dan memiliki kategori usia produktif. Secara parsial kualitas produk dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sementara harga tidak berpengaruh signifikan. Namun secara simultan ketiga variabel (kualitas produk, pelayanan, dan harga) signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kulit pangsit tunggal jaya pada UD. Tunggal Jaya Kesamben. Hal tersebut ditunjukkan oleh besar nilai R-Square sebesar 0,650 yang berarti bahwa 65% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga factor tersebut. Variabel yang paling dominan berpengaruh adalah variabel kualitas produk (X1) memiliki nilai koefisien tertinggi yaitu 0,344, dibandingkan dengan pelayanan (0,258) dan harga (0,159).

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