

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pembeli pada *Coffee Shop* Mata Hati Kediri”, yang diteliti oleh Bahrul Islam Al Arsa Bandi, NIM. 12405173088, pembimbing Risdiana Himmati, M.Si.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan mengenai kualitas pelayanan, produk serta harga pada beberapa tempat/tongkrongan yang ada makanan dan minumannya. Salah satunya pada *coffee shop* ini, menunjukkan adanya beberapa peristiwa bahwa penurunan penjualan tersebut kemungkinan disebabkan oleh beberapa faktor pemasaran yang tidak berjalan sesuai dengan fungsinya, dan menyebabkan penjualan tersebut tidak maksimal. Jika hal ini dibiarkan secara berkelanjutan dapat menimbulkan dampak negatif seperti halnya kerugian pendapatan, kehilangan pembeli, dan perusahaan dapat gulung tikar. Persaingan pasar yang ketat menuntut pelaku usaha untuk memberikan inovasi-inovasi yang menunjang peningkatan bisnisnya seperti variasi produk yang di jualnya. *Coffe shop* yang memperhatikan setiap aspek kegiatannya akan mempengaruhi citra bagi *coffee shopnya*. Semakin baik citra perusahaan, maka semakin meningkat pula kepuasan pembeli pada perusahaan. Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga dianggap sebagai beberapa solusi untuk memecahkan permasalahan yang ada.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis apakah Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan pembeli pada *coffee shop*. Objek dalam penelitian ini menggunakan *coffe Shop* Mata Hati Kediri. Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dan jenis pada penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Non Probability Sampling Accidental Sampling*. Pengumpulan data primer dari responden melalui wawancara dan alat bantu kuesioner, sedangkan data sekunder dari penelitian para ahli terdahulu. Jumlah sampel sebanyak 90 responden dari pembeli di *coffe shop* Mata Hati Kediri. Analisis data dilakukan dengan menggunakan program *Eviews 12*.

Hasil penelitian ini menunjukkan, berdasarkan pengujian secara parsial bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembeli, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembeli, dan harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pembeli. Sedangkan, berdasarkan hasil pengujian secara simultan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembeli pada *Coffee Shop* Mata Hati Kediri.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Dan Kepuasan Pembeli

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Service Quality, Product Quality and Price on Buyer Satisfaction at the Mata Hati Kediri Coffee Shop", researched by Bahrul Islam Al Arsa Bandi, NIM. 12405173088, supervisor Risdiana Himmati, M.Si.

This research is motivated by problems regarding the quality of service, products and prices at several places/hanging outs where food and drinks are available. One of them in this coffee shop, shows that there have been several incidents that the decline in sales may have been caused by several marketing factors that did not function according to their function, and caused sales to not be optimal. If this is allowed to continue, it can have negative impacts such as loss of income, loss of buyers, and the company can go bankrupt. Tight market competition requires business actors to provide innovations that support the improvement of their business, such as variations in the products they sell. A coffee shop that pays attention to every aspect of its activities will influence the image of the coffee shop. The better the company's image, the greater the buyer's satisfaction with the company. Service quality, product quality and price are considered as several solutions to solve existing problems.

The aim of this research is to find out and analyze whether service quality, product quality and price have a significant positive effect on buyer satisfaction at coffee shops. The object in this research is the Mata Hati Kediri coffee shop. The method in this research uses a quantitative approach, and the type of this research is associative research. The sampling technique used in this research is Non Probability Sampling Accidental Sampling. Primary data was collected from respondents through interviews and questionnaires, while secondary data came from previous research by experts. The total sample was 90 respondents from buyers at the Mata Hati Kediri coffee shop. Data analysis was carried out using the Eviews 12 program.

The results of this research show, based on partial testing, that service quality has a positive and significant effect on buyer satisfaction, product quality has a positive and significant effect on buyer satisfaction, and price has a positive and insignificant effect on buyer satisfaction. Meanwhile, based on the results of simultaneous testing, service quality, product quality and price together have a positive and significant effect on buyer satisfaction at the Mata Hati Kediri Coffee Shop.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Price, And Buyer Satisfaction