

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA RESTORAN CEPAT SAJI HAS FRIED
CHICKEN (HFC) BEKASI**

SKRIPSI

Program Studi : Manajemen



OLEH :

Nama : Nina Haryati

Nim : 041501503125174

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

BEKASI

2019

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA RESTORAN CEPAT SAJI HAS FRIED
CHICKEN (HFC) BEKASI**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1



OLEH :

Nama : Nina Haryati

Nim : 041501503125174

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
BEKASI
2019**

ABSTRAK

Pada perkembangan bisnis saat ini masyarakat lebih memilih segala sesuatu yang serba instan dan praktis, seperti salah satu contohnya yaitu makanan cepat saji yang sering dikenal dengan fastfood untuk menjadi salah satu cara memenuhi kebutuhan primer masyarakat, para pelaku bisnis menjadikan kondisi tersebut sebagai peluang bisnis yang cukup menjanjikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Restoran cepat saji Has Fried Chicken Bekasi dan jumlah sampel yaitu 100 responden untuk mewakili. Desain penelitian yang digunakan adalah Penelitian Kuantitatif. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan Accidental sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode observasi dan survey (kuesioner), serta jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Metode-metode analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis. Hasil analisis data menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran cepat saji Has Fried Chicken Bekasi. Hal ini dilihat dari nilai F_{hitung} sebesar 7,378 dengan nilai signifikan 0,000. Sedangkan secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran cepat saji Has Fried Chicken Bekasi berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini dilihat dari nilai t_{hitung} dimana variabel kualitas produk sebesar 2,160 dengan nilai signifikan 0,033, harga sebesar 3,562 dengan nilai signifikan 0,001 sedangkan kualitas pelayanan sebesar 2,047 dengan nilai signifikan 0,43.

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

ABSTRACT

In today's business development, people prefer everything that is instant and practical, such as one example, fast food that is often known as fast food to be one way to meet the primary needs of the community, business people make these conditions as sufficient business opportunities promising. This study aims to determine the effect of product quality, price, and service quality variables simultaneously or partially on customer satisfaction. The population in this study is Has Fried Chicken Bekasi fast food restaurant consumers and the number of samples is 100 respondents to represent. The research design used is quantitative research. Data collection used in this study was taken using accidental sampling. Data collection methods used in this study are the method of observation and survey (questionnaire), and the types of data used in this study are primary data and secondary data. Data analysis methods in this research are descriptive analysis, classic assumption test and hypothesis testing. The results of data analysis showed that simultaneously product quality, price, and service quality variables had a positive and significant effect on customer satisfaction at Has Fried Chicken fast food restaurant in Bekasi. This can be seen from the F count of 7.378 with a significant value of 0.000. While partially shows that the product quality, price, and service quality variables on consumer satisfaction at Has Fried Chicken Bekasi fast food restaurants have a positive and significant effect. This can be seen from the t-count value where the product quality variable is 2.160 with a significant value of 0.033, the price is 3.562 with a significant value of 0.001 while the quality of service is 2.047 with a significant value of 0.043.

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