



ABSTRAK

Adrian Wijaya / 20130181 / 2013 / Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Harga Jual Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Carl's Jr Harapan Indah/ Prof. Dr.Husein Umar

Pada era globalisasi, kebutuhan makan di Indonesia pun makin bertambah pesat. begitu juga dengan perkembangan restoran di Indonesia yang berkembang pesat, terutama di DKI Jakarta. Seperti banyaknya munculnya restoran fast food di Indonesia. Hal ini menyebabkan semakin ketatnya persaingan yang terjadi antar restoran. Untuk itu perusahaan harus mampu menciptakan kepuasan konsumen dengan cara menerapkan kualitas layanan, kualitas produk, harga jual produk terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas Layanan terdiri 5 dimensi untuk mengukur kualitas layanan yang terdiri dari Reabilitas, Daya tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik. Sedangkan Kualitas Produk terdiri dari 5 dimensi yang terdiri dari Ciri Ciri Produk, Ketepatan, Keandalan, Gaya. Sedangkan Harga Jual Produk terdiri dari 3 yang terdiri dari Sesuai dengan manfaat, disesuaikan dengan pesaing, kesesuaian dengan kualitas. Sedangkan Kepuasan Pelanggan terdiri dari 3 yang terdiri dari Kinerja Pelayanan, Kualitas Produk, Harga. Kepuasan konsumen adalah kinerja suatu produk sesuai dengan harapan konsumen. Apabila kinerja sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan puas. Jika sebaliknya konsumen akan kecewa.

Metode penelitian ini adalah purposive sampling dengan mengumpulkan data melalui kuesoner dengan menyebarkan kepada 100 responden yang merupakan konsumen Carl's Jr Harapan Indah dengan menyebarkannya secara langsung, alat ukur dalam penelitian adalah uji validitas, uji reabilitas, presentase, skala likert, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda. alat bantu digunakan adalah SPSS 23.0.

Dari penelitian ini didapat hasil jumlah responden terbanyak adalah laki laki dengan rentang usia 19-29 tahun, dan mempunyai pekerjaan sebagai pelajar. Berdasarkan analisis regresi linear berganda didapat hasil bahwa ada pengaruh signifikan dari kualitas layanan, dan harga jual produk terhadap kepuasan konsumen, sedangkan tidak ada pengaruh yang signifikan dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa secara keseluruhan kualitas layanan dan harga jual produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dengan presentase rata rata kualitas layanan baik sedangkan harga jual produk memiliki presentase rata-rata buruk sedangkan kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan dan memiliki presentase rata rata yang buruk yang artinya banyak konsumen yang belum puas terhadap kualitas produk dan harga jual produk dari Carl's Jr.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRACT

Adrian Wijaya / 20130181 / 2013 / Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Harga Jual Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Carl's Jr Harapan Indah / Prof. Dr.Husein Umar.

In the era of globalization, the food needs in Indonesia is growing rapidly. as well as the development of restaurants in Indonesia is growing rapidly, especially in Jakarta. Like many of the advent of fast food restaurants in Indonesia. This led to increased competition that occurs between a restaurant. Therefore, the company should be able to create customer satisfaction by implementing quality of service, product quality, product selling prices on consumer satisfaction.

Service Quality comprises five dimensions to measure the quality of services comprising The reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Physical Evidence. While the quality product consists of five dimensions consisting of Product Quality, Accuracy, Reliability, Style. While Product Sales Price consists of three consisting of line with benefits, adjusted to the competition, compliance with quality. While Customer Satisfaction consists of three consisting of Performance Services, Product Quality, Price. Consumer satisfaction is the performance of a product in accordance with customer expectations. If the performance in accordance with the expectations of consumers, then consumers will be satisfied. Otherwise consumers will be disappointed.

This research method is purposive sampling by collecting data through quesonery by spreading the 100 respondents who represent the Carl's J Harapan Indah and pass it directly, in this Research has measuring instrument there are, validity test, reliability test, percentage, Likert scale, classical assumption test, multiple liniear regretion test, tools used was SPSS 23.0.

From the research results obtained the highest number of respondents were male with an age range 19-29 years, and had a job as a student. based on multiple linear regression analysis the result is that there is a significant influence on the quality of service, and the selling price of products to customer satisfaction, while no significant influence on the quality of products to customer satisfaction.

This research led to the conclusion that the overall quality of service and product price influence customer satisfaction, with a percentage of the average quality of service is good while the selling price percentage of the average poor while the selling price has no significant influence and the percentage of avarege poor which means that many consumers are not satisfied with the products and prices of Carl's Jr.

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Penulisan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.