

ABSTRAK

Judul dari penelitian ialah Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bakso Kasmaran Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Bakso Kasmaran Palembang. Pengumpulan data menggunakan wawancara, kuesioner, dan studi Pustaka. Penelitian ini dilakukan di Bakso Kasmaran Palembang dengan jumlah 96 responden. Metode yang digunakan dalam kuesioner dengan analisis data kuantitatif menggunakan rumus skala likert. Analisis ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki koefisien regresi positif sebesar 0.340, yang berarti peningkatan 1 satuan dalam kualitas produk akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 32,4%. Sementara itu, harga juga menunjukkan koefisien regresi positif sebesar 0.328, yang menunjukkan bahwa peningkatan 1 satuan dalam harga meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 32,8%. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa baik kualitas produk maupun harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bakso Kasmaran Palembang disarankan untuk selalu fokus pada peningkatan kualitas produk dengan menggunakan bahan baku segar dan berkualitas, serta menjaga konsistensi penyajian. Pengelolaan harga yang proporsional dan strategi harga kompetitif, juga penting untuk meningkatkan persepsi nilai pelanggan. Dengan pengelolaan optimal terhadap kualitas produk dan harga, kepuasan pelanggan akan terus meningkat.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan, Pelanggan.

ABSTRACT

The Influence of Product Quality and Price on Customer Satisfaction at Bakso Kasmaran Palembang. This study aims to examine the influence of product quality and price on customer satisfaction at Bakso Kasmaran Palembang. Data was collected through interviews, questionnaires, and literature review. The research was conducted at Bakso Kasmaran Palembang with a sample of 96 respondents. The questionnaire method was used, and quantitative data analysis was performed using the Likert scale formula. The analysis included validity testing, reliability testing, and multiple linear regression analysis. The results indicate that product quality has a positive regression coefficient of 0.340, meaning that a 1-unit increase in product quality will enhance customer satisfaction by 32.4%. Meanwhile, price also shows a positive regression coefficient of 0.328, indicating that a 1-unit increase in price increases customer satisfaction by 32.8%. Overall, these findings demonstrate that both product quality and price significantly influence customer satisfaction. Bakso Kasmaran Palembang is advised to consistently focus on improving product quality by using fresh and high-quality ingredients while maintaining consistency in preparation. Proportional pricing management and competitive pricing strategies are also essential to enhance customer value perception. By optimally managing product quality and pricing, customer satisfaction will continue to improve.

Keywords: Product Quality, Price, Customer Satisfaction, Customers.