

## ABSTRAK

Meningkatnya persaingan dalam bisnis kuliner membuat para pelaku bisnis kuliner untuk saling bersaing membuat sebuah inovasi baru dalam menarik konsumen. Kepuasan konsumen menjadi sebuah permasalahan dimana para pelaku usaha harus mempertahankan konsumen dengan produk yang disajikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari Kualitas Produk, Harga, *Service Quality*, *Emotional Factor*, Biaya dan Kemudahan terhadap kepuasan konsumen Sate Ratu Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Sate Ratu pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Data-data telah memenuhi uji asumsi klasik, diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:  $Y = 16.500 (a) + 0.052 (X1) + 0.118 (X2) + 0.102 (X3) + 0.039 (X4) + 0.105 (X5)$  karena nilai koefisien seluruhnya positif, maka hal ini berarti keseluruhan variabel independen kualitas produk (X1), harga (X2), *service quality* (X3), *emotional factor* (X4), biaya dan kemudahan (X5) mempunyai hubungan yang positif signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y). Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel independen terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel independen layak untuk menguji variabel variabel kepuasan konsumen. Angka R Square sebesar 0,921 menunjukkan bahwa 92% variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen, sedangkan sisanya sebesar 8% dijelaskan oleh sebab-sebab lainnya di luar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, *Service Quality*, *Emotional Factor*, Biaya dan Kemudahan, Kepuasan Konsumen

## ABSTRACT

Increasing competition in the culinary business makes culinary business people compete with each other to make a new innovation in attracting consumers. Consumer satisfaction is a problem where business actors must retain consumers with the products presented. The purpose of this study is to determine the effect of Product Quality, Price, *Service Quality*, *Emotional Factor*, Cost and Convenience on consumer satisfaction of Sate Ratu Yogyakarta. This type of research is quantitative. The population in this study is all consumers of Sate Ratu, data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents. This study used multiple linear regression analysis method with the help of SPSS. The data have met the classical assumption test, processed to produce multiple linear regression equations as follows:  $Y = 16.500 (a) + 0.052 (X1) + 0.118 (X2) + 0.102 (X3) + 0.039 (X4) + 0.105 (X5)$  because the coefficient value is entirely positive, this means that all independent variables are product quality (X1), price (X2), *service quality* (X3), *emotional factor* (X4), cost and convenience (X5) have a significant positive relationship with the dependent variable of customer satisfaction (Y). Hypothesis testing using the t-test showed that the independent variable proved to significantly affect the dependent variable. Then through the F test it can be known that the independent variable is feasible to test the consumer satisfaction variable. The R Square number of 0.921 shows that 92% of consumer satisfaction variables can be explained by independent variables, while the remaining 8% is explained by other causes outside the model that were not studied in this study.

Keywords: Product Quality, Price, *Service Quality*, Emotional Factor, *Cost and Convenience*, *Consumer Satisfaction*