

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Tradisional Taman Sari Solo. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah 100 responden dengan karakteristik konsumen yang pernah melakukan pembelian langsung di Rumah Makan Tradisional Taman Sari. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas), analisis regresi linier berganda, koefisien korelasi berganda, koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan Uji t dengan bantuan SPSS versi 23.0

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sedangkan kualitas produk sebesar  $0,011 < 0,05$  artinya berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Lalu tingkat signifikan dari persepsi harga sebesar  $0,001 < 0,05$  artinya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari uji determinasi diketahui bahwa besarnya persentase pengaruh variabel kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga sebesar  $0,572$ , artinya pengaruh variabel kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen sebesar  $57,2\%$  sedangkan sisanya sebesar  $42,8\%$  dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

**Kata kunci** :Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga Kepuasan Konsumen.

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of product quality, service quality and price perception on consumer satisfaction of Taman Sari Solo traditional restaurant. The research methodology used is qualitative and quantitative approaches. The sample used is 100 respondents with the characteristics of consumers who have made direct purchases at the Taman Sari Traditional Restaurant. Data analysis used in this study is multiple linear regression test, classic assumption test (normality test, multicollinearity test), multiple linear regression analysis, multiple correlation coefficient, determination coefficient ( $R^2$ ) and t test with the help of SPSS version 23.0*

*The results of research conducted indicate that product quality has a significant effect on customer satisfaction by  $0.000 < 0.05$ . While the product quality is  $0.011 < 0.05$ , it means that it has an effect on customer satisfaction. Then the significant level of perceived price is  $0.001 < 0.05$ , which means that it has a significant effect on customer satisfaction. From the determination test, it is known that the percentage influence of the variable product quality, service quality and price perception is 0.572, meaning that the influence of the variable product quality, service quality and price perception on consumer satisfaction is 57.2% while the remaining 42.8% is influenced by other variables. outside of this research.*

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

