

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RUMAH MAKAN BABI GULING COKOT SINGARAJA**

**KADEK YUDIANA, NIM 2017041182**

**Jurusan Manajemen**

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, persepsi harga terhadap kepuasan konsumen di rumah makan babi guling cokot singaraja. Rancangan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah konsumen di rumah makan babi guling cokot singaraja dan objek penelitian yaitu kualitas produk, persepsi harga dan kepuasan konsumen. Jumlah sampel sebanyak 150 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan (1) kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (2) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (3) persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : persepsi harga, kepuasan konsumen, kualitas produk



# **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RUMAH MAKAN BABI GULING COKOT SINGARAJA**

**KADEK YUDIANA, NIM 2017041182**

**Jurusan Manajemen**

## ***Abstrack***

*This research aims to examine the influence of product quality, price perception on consumer satisfaction at the Singaraja cokot suckling pig restaurant. This research design uses quantitative research. The subjects of this research were consumers at the Cokot Singaraja suckling pig restaurant and the research objects were product quality, price perception and consumer satisfaction. The total sample was 150 respondents. Data was collected through questionnaires and data analysis techniques using multiple linear regression. The research results show (1) product quality and price perception have a significant effect on consumer satisfaction (2) product quality has a significant effect on consumer satisfaction (3) price perception has a significant effect on consumer satisfaction.*

*Keyword : price perception, consumer satisfaction, product quality*

