

ABSTRAK

Dalam era globalisasi dituntut setiap produsen mengembangkan setiap bisnisnya untuk memenuhi target dalam kepuasan konsumen. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipresepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. House Of Moo yang menjual produk khusus yakni susu. House Of Moo sangat mengutamakan kepuasan konsumennya. Kepuasan konsumen merupakan perbedaan antara tingkat kepentingan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan persepsi konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tiga variabel dari kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan, persepsi harga dan kualitas produk. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung di House Of Moo Jl. Jatimulyo No.1, Semarang. Pengumpulan datanya dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini dengan analisis regresi berganda.

Hasil dari analisis regresi berganda yang telah dilakukan diperoleh hasil yaitu, $Y = 0,275 X_1 + 0,256 X_2 + 0,344 X_3$. Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel kualitas produk (0,344), diikuti oleh variabel kualitas pelayanan (0,275), kemudian variabel persepsi harga (0,256). Hasil uji t membuktikan bahwa semua variabel independen (kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kualitas produk) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Dan koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,509. Hal ini berarti 51% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kualitas produk. Dan sisanya yaitu 49% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: kualitas pelayanan, persepsi harga, kualitas produk dan kepuasan konsumen.