

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIE GACOAN (Survei Pada Konsumen Generasi Z Mie Gacoan Di Bandar Lampung)

Oleh

Susi Amelia

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah persepsi harga, kualitas pelayanan, dan cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan di Bandar Lampung (survei pada konsumen Gen Z di Bandar Lampung). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian *explanatory research*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel yang didapatkan menggunakan teknik *purposive sampling* dan pengumpulan data dilakukan dengan metode penyebaran kuesioner yang disebarkan pada 100 responden yaitu pada konsumen Gen Z di Bandar Lampung. Data dianalisis secara statistik deskriptif dan analisis model persamaan struktural menggunakan *software SmartPLS 4.0*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji *outer model*, *inner model*, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga dan cita rasa berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Namun variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini disebabkan karena konsumen memiliki ekspektasi kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari yang diberikan dan konsumen lebih fokus pada harga dan cita rasa. Selanjutnya secara simultan variabel persepsi harga, kualitas pelayanan, dan cita rasa berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Saran untuk peneliti selanjutnya untuk dapat menambahkan variabel kualitas produk, suasana tempat dan fasilitas serta variabel lain yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen. Kemudian untuk praktisi sebaiknya dapat meningkatkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan memahami elemen-elemen kualitas pelayanan yang nilai oleh konsumen, seperti keramahan karyawan, cepat dan tanggap dalam melayani konsumen serta penampilan karyawan.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, SERVICE QUALITY, AND TASTE ON CUSTOMER SATISFACTION AT MIE GACOAN IN BANDAR LAMPUNG

(Survey of generation z in bandar lampung)

By

Susi Amelia

This study aims to determine whether price perception, service quality, and taste have an effect on consumer satisfaction of Mie Gacoan in Bandar Lampung (survey on Gen Z consumers in Bandar Lampung). The type of research used in this study is explanatory research. This study uses a quantitative approach with the obtained using purposive sampling technique and data collection is carried out by distributing questionnaires to 100 respondents, namely Gen Z consumers in Bandar Lampung. The data were analyzed using descriptive statistics and structural equation model analysis using SmartPLS 4.0 software. The data analysis techniques used are outer model tests, inner models, and hypothesis tests. The results of this study indicate that price perception and taste have a positive effect on consumer satisfaction. However, this service quality variable does not have an effect on consumer satisfaction, this is because consumers have higher expectations of service quality than those given and consumers focus more on price and taste. Furthermore, simultaneously the variables of price perception, service quality, and taste have a positive effect on consumer satisfaction. Suggestions for further researchers are to add product quality variables, place atmosphere and facilities and other variables that can affect consumer satisfaction. Then for practitioners to be able to improve the quality of service that can affect the level of consumer satisfaction. by understanding the elements of service quality that are valued by consumers, such as employee environment, fast and responsive in serving consumers and employee appearance.

keyword: Price Perception, Service Quality, Taste, Customer Satisfication