

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN KOSUMEN PADA WARUNG DEMUNG DI SIBANGKAJA**

## **ABSTRAK**

Perkembangan dan persaingan yang terjadi dalam bisnis kuliner, mengharuskan setiap usaha untuk peka dan responsif terhadap perubahan yang terjadi serta memprioritaskan orientasinya kepada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Kepuasan konsumen merujuk pada respon konsumen terhadap suatu produk atau jasa setelah membandingkan harapan dengan kinerja aktual yang dirasakan setelah mereka mengonsumsi produk atau jasa tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada Warung Demung. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di Warung Demung. Sampel yang digunakan sebanyak 105 orang yang ditentukan berdasarkan teknik *non-probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan *software* SPSS versi 25,0 *for windows*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, persepsi harga dan *store atmosphere* masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Demung. Dalam penelitian ini variabel kualitas produk adalah variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen.

**Kata kunci:** kualitas produk, persepsi harga, *store atmosphere*, dan kepuasan konsumen.



UNMAS DENPASAR

**INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION AND  
STORE ATMOSPHERE ON CUSTOMER SATISFACTION AT WARUNG  
DEMUNG IN SIBANGKAJA**

**ABSTRACT**

*The development and competition that occur in the culinary business, require every business to be sensitive and responsive to changes that occur and prioritize its orientation to customer satisfaction as the main goal. Customer satisfaction refers to the customer's response to a product or service after comparing expectations with the actual performance that is felt after they consume the product or service.*

*This study aims to determine and analyze the effect of product quality, price perceptions and store atmosphere on customer satisfaction at Warung Demung. The population of this study are customers who make purchases at Warung Demung. The sample used was 105 people who were determined based on the technique non-probability sampling with the accidental sampling method. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis software SPSS version 25.0 for windows.*

*The results showed that product quality, price perceptions and store atmosphere each has a positive and significant effect on customer satisfaction at Warung Demung. In this study, the product quality variable is the most dominant variable influencing customer satisfaction.*

**Keywords:** *product quality, price perception, store atmosphere, and customer satisfaction.*

