

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “**Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Rumah Makan Batu Lambuik Kecamatan Tanjung Raya, Kabupaten Agam**” yang disusun oleh Siti Nurul Aisyah, Nim 3722019 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri Sjech M Djamil Djambek Bukittinggi.

Perkembangan usaha kuliner menuntut pelaku usaha untuk mampu memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Rumah Makan Batu Lambuik yang berlokasi di Kecamatan Tanjung Raya, Kabupaten Agam, merupakan salah satu usaha kuliner yang menghadapi persaingan cukup ketat serta mengalami fluktuasi jumlah pelanggan yang diduga disebabkan oleh beberapa permasalahan, seperti ketidakpastian harga, keterbatasan fasilitas lokasi, dan ketidakkonsistenan kualitas produk. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, lokasi, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Batu Lambuik.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan melibatkan 98 responden yang merupakan pelanggan Rumah Makan Batu Lambuik. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang kemudian dianalisis menggunakan program SPSS. Alat analisis yang digunakan meliputi uji instrumen (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), serta uji hipotesis melalui uji parsial (uji-t) dan uji simultan (uji-F).

Hasil uji parsial (uji-t) menunjukkan bahwa variabel harga ( $X_1$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi sebesar 0,800 ( $> 0,05$ ) dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,254 ( $< 1,661$ ). Variabel lokasi ( $X_2$ ) juga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi sebesar 0,232 ( $> 0,05$ ) dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,204 ( $< 1,661$ ). Sementara itu, variabel kualitas produk ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ) dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,329 ( $> 1,661$ ). Hasil uji simultan (uji-F) menunjukkan bahwa harga, lokasi, dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai  $f_{hitung}$  sebesar 58,203 dan nilai signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ). Hasil uji koefisien determinasi ( $R$  Square) menunjukkan nilai sebesar 0,650, yang berarti bahwa 65% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel harga, lokasi, dan kualitas produk, sedangkan sisanya sebesar 35% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

**Kata Kunci:** Harga, Lokasi, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan.