

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN
PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
SATE KAMBING PAK SRI SIDOMULYO SEMARANG**

SKRIPSI



Ildat Hermawan Susanto

20.D1.0032

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

2025

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN
PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
SATE KAMBING PAK SRI SIDOMULYO SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai Gelar
Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata



Ildat Hermawan Susanto

20.D1.0032

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

2025

ABSTRAK

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, suatu usaha dalam industri kuliner harus mampu memenuhi harapan konsumen untuk menciptakan pengalaman yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor penting dalam menjaga pertumbuhan dan kelangsungan suatu usaha. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Sate Kambing Pak Sri Sidomulyo. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian sebanyak 68 dengan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan diperoleh dari hasil pengisian kuesioner responden. Penelitian ini menggunakan analisis SPSS yang meliputi uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi harga, kualitas produk, dan pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan. Hasil pada penelitian ini, variabel kualitas produk mendapatkan nilai tertinggi, dimana hasil ini perlu dipertahankan agar sesuai dengan ekspektasi konsumen. Sedangkan persepsi harga mendapatkan nilai terendah, dari hasil ini persepsi harga perlu mendapatkan perhatian lebih. Dengan melakukan strategi yang menonjolkan nilai lebih dari produk mereka. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman konsumen yang memuaskan.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Kualitas Produk, Pengalaman Pelanggan dan Kepuasan Konsumen,

ABSTRACT

In an increasingly competitive business world, a business in the culinary industry must be able to meet consumer expectations to create a positive experience. This shows that consumer satisfaction is an important factor in maintaining the growth and continuity of a business. Therefore, this research aims to identify factors that influence consumer satisfaction of Pak Sri Sidomulyo Kambing Sate. This research is descriptive research with a quantitative approach. The research sample was 68 with techniques *purposive sampling*. The data used was obtained from the results of filling out the respondent's questionnaire. This research uses SPSS analysis which includes the t test, F test, and coefficient of determination. The research results show that the variables of price perception, product quality and customer experience have a positive and significant effect on consumer satisfaction, both partially and simultaneously. The results of this research show that the product quality variable gets the highest score, where this result needs to be maintained to match consumer expectations. Meanwhile, price perception received the lowest score. From these results, price perception needs to receive more attention. By carrying out strategies that highlight the added value of their products. This shows that these three variables complement each other in creating a satisfying consumer experience.

Keywords: *Price Perception, Product Quality, Customer Experience and Consumer Satisfaction.*