

ABSTRAK

Kesibukan menyebabkan masayarakat membeli makanan yang cepat sehingga tidak membuang banyak waktu salah satunya dengan cara *online* termasuk pada *olive's cookies*. Ancaman yang sering dialami oleh bisnis *online* adalah kurangnya kepercayaan ada pada *olive's cookies*, serta banyaknya para penjual *online* yang baru dan bermunculan. Kelemahan yang sering terjadi pada bisnis *online* adalah barang yang datang tidak sesuai dengan gambar serta tidak datangnya barang tersebut. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar seberapa besar pengaruh kualitas produk, pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen *olive's cookies*.

Dalam penelitian ini, menggunakan data menurut Paul Leedy dari responden 60 orang dengan tingkat kesalahan 5% dan jumlah sample adalah 51 orang, alat statistic yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linier Berganda dengan menggunakan program SPSS versi 20.0 for windows. Hipotesis pada penelitian ini yaitu untuk melihat pengaruh silmutan, parsial, dan dominan terhadap kepuasan konsumen *olive's cookies*.

Jadi kesimpulan pada penelitian ini yaitu variabel kualitas Produk (X1), Pelayanan (X2), Harga (X3) berpengaruh secara simultan pada kepuasan konsumen dengan nilai Fhitung $23.288 > 2.012$ dan berpengaruh secara parsial karena variabel kualitas produk (X1) memiliki thitung (1.579) $<$ ttabel (2.012), untuk variabel pelayanan (X2) memiliki thitung (4.734) $>$ ttabel (2.012), dan untuk variabel harga (X3) memiliki thitung (2.214) $>$ ttabel (2.012) terhadap kepuasan konsumen *olive's cookies*. Dalam penelitian ini, variabel yang paling dominan adalah variabel pelayanan (X2) dengan nilai standarized coefficients-beta tertinggi yaitu sebesar 0.510 yang berarti dalam usaha *olive's cookies* konsumen lebih melihat dari variabel pelayanan.

Kata Kunci : *Online Shoping*, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga

Abstract

Human nature has three primary needs: food, clothing, and housing. Regarding food, however, people tend to have less time to cook because they have their own businesses. Their businesses make them decided to buy food so that they will not spend their time. They can order the food online, including Olive's Cookies.

The purpose of this research is to know the influence of product's quality, services and the price to customer's satisfaction of Olive's Cookies. There were 51 respondents for this research. This research used double linear regression analysis by utilizing SPSS 20.0 for Windows. The research aimed at finding the simulant, partial and dominant variables determining customers' satisfactions.

The research found that the variables of quality (X1), service (X2), and price (X3) simultaneously influenced the customers' satisfaction with Tcount 23.288 > 2.012. They were also partially influencing as quality has Tcount of 1.579, service has Tcount of 4.734, and price has Tcount of 2.214; all were smaller compared to Ttabel of 2.012. The research showed that the dominant variable was service with the highest beta-coefficient standard of 0.510. This meant that the satisfaction of Olive's Cookies' customers was dominantly determined by service.

Keywords : Olive's Cookies, Quality Product, Service, Price