

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAI RINDANG JATI



Diajukan oleh:

CANDRA PUTRA ASSUKRON

NIM: 2019020009

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GRESIK
GRESIK
2023**

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI KEDAI RINDANG JATI**

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Gresik



Diajukan oleh:

CANDRA PUTRA ASSUKRON

NIM: 2019020009

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GRESIK
GRESIK**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI KEDAI RINDANG JATI**

SKRIPSI

Diajukan oleh:

CANDRA PUTRA ASSUKRON

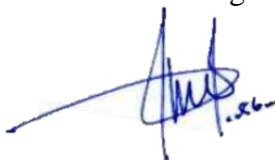
NIM: 2019020009

Skripsi telah disetujui untuk diujikan

Pada Tanggal 12 Juni 2023

Oleh:

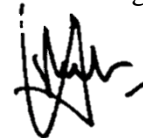
Pembimbing I



(Adiba Fuad Syamlan S.E., M.M.)

NIDN 0724058702

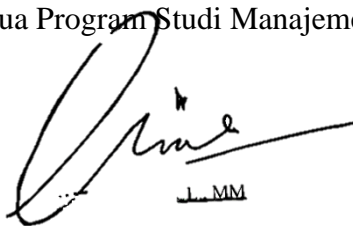
Pembimbing II



(Denny Astanto, S.E., M.M.)

NIDN 0720107402

Ketua Program Studi Manajemen



(Umar Burhan, S.E., M.M.)

NIDN 0718058006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI KEDAI RINDANG JATI**

SKRIPSI

Diajukan oleh:

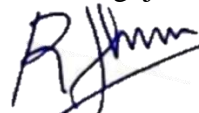
CANDRA PUTRA ASSUKRON

NIM: 2019020009

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan telah direvisi
sebagaimana disarankan oleh Tim Penguji
Pada Tanggal : 10 juli 2023

Oleh:

Tim Penguji
Ketua Penguji,



(Rachmad Iham, S.Ant., M. PSDM., HC.)

NIDN 0723079203

Anggota Penguji II,



(Anisaul Hasanah, S.Pd., M. Akun.)

NIDN 0710119501

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. Hj. Haryantj Setyorini, S.E., M.M., MBA)

NIDN 0716066901

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Candra Putra Assukron**
NIM : 2019020009
Alamat : Ds. Balongsri RT 1 RW 3, Kec. Kedamean, Kab. Gresik
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Jenjang : Strata 1 (S-1)

Menyatakan bahwa Skripsi/Tugas Akhir yang saya buat dengan judul :
PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAI RINDANG JATI Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan "**duplikasi**" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya di dalam naskah Skripsi/Tugas Akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi/Tugas Akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia Skripsi/Tugas Akhir ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh **DIBATALKAN**, serta diproses sesuai dengan peraturan Perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dan tekanan dari pihak manapun.

Gresik, 7 Juli 2023

Yang menyatakan,



Candra Putra Assukron

PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAI RINDANG JATI

Candra Putra Assukron
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik

ABSTRAK

Di zaman modern seperti sekarang ini, dunia bisnis tumbuh dan berkembang sangat cepat. Demikian halnya dengan pemasaran juga tumbuh dan berkembang seiring dengan berkembangnya zaman. Perusahaan membuat produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen, pemasaran bertugas untuk memperkenalkan produk kepada konsumen agar konsumen bisa memenuhi kebutuhan pada waktu dan tempat yang sesuai. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Rindang Jati. Penelitian ini penting karena ingin mengetahui bahwa dampak adanya harga yang ekonomis, lokasi yang strategis, dan juga kualitas pelayanan yang prima di Kedai Rindang Jati. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel yang di ambil 77 responden dan pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner data kuesioner, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan dengan teknik *random sampling* dan menggunakan rumus perhitungan *Slovin*. Analisis data menggunakan skala *Likert* menggunakan media *GoogleForm*. Analisa yang digunakan adalah regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian ini bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Kedai Rindang Jati. Lokasi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Kedang Rindang Jati. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Kedai Rindang Jati. Dengan demikian secara bersama-sama (simultan) harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Kedai Rindang Jati. Hal ini berarti bahwa semakin menariknya harga yang ditawarkan, semakin strategis lokasi, dan semakin bagus kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin meningkat juga kepuasan konsumen yang akan didapatkan.

Kata kunci: Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Manajemen Pemasaran

THE INFLUENCE OF PRICE, LOCATION, AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT KEDAI RINDANG JATI

Candra Putra Assukron
Management Study Program, Faculty of Economics, Universitas Gresik

ABSTRACT

In modern times like today, the business world grows and develops very quickly. Likewise, marketing also grows and develops along with the times. Companies make products to meet consumer needs, marketing is tasked with introducing products to consumers so that consumers can meet needs at the appropriate time and place. This study aims to examine the effect of price, location, and service quality on consumer satisfaction at Kedai Rindang Jati. This research is important because it wants to know the impact of economical prices, strategic locations, and also excellent service quality at Kedai Rindang Jati. This study used a quantitative approach. The number of samples taken was 77 respondents and data collection was carried out by questionnaire data questionnaires, interviews, observations, and documentation. This research was conducted by *random sampling* technique and used *the Slovin* calculation formula. Data analysis using *the Likert* scale using *GoogleForm* media. The analysis used is multiple linear regression and hypothesis test. The result of this study is that price has a positive influence on consumer satisfaction at Kedai Rindang Jati. Location has a positive influence on consumer satisfaction in Kedang Rindang Jati. Service quality has a positive influence on customer satisfaction at Kedai Rindang Jati. Thus together (simultaneously) price, location, and service quality have a positive effect on customer satisfaction at Kedai Rindang Jati. This means that the more attractive the price offered, the more strategic the location, and the better the quality of service provided, the more customer satisfaction will be obtained.

Keywords: Price, Location, Service, Customer Satisfaction, Marketing Management

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan bimbingan-Nya kami dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul **“PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAI RINDANG JATI”** dapat terselesaikan. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.

Bersamaan ini perkenankanlah saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dengan hati yang tulus kepada :

1. dr. Riski Dwi Prameswari, M. Kes selaku Rektor Universitas Gresik yang telah menyediakan fasilitas kepada Kami untuk mengikuti pendidikan di Program Studi S1 Manajemen.
2. Dr. Hj. Haryanti Setyorini, S.E., M.M., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Gresik yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada Kami untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
3. Umar Burhan, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan kesempatan, bimbingan dan motivasi kepada Kami untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik

4. Adiba Fuad Syamlan S.E., M.M. selaku pembimbing 1 Skripsi yang penuh perhatian dan kesabaran dalam memberi dukungan, bimbingan dan arahan selama penyusunan Skripsi ini.
5. Denny Astanto, S.E., M. M. selaku pembimbing 2 Skripsi yang penuh perhatian dan kesabaran dalam memberi dukungan, bimbingan dan arahan selama penyusunan Skripsi ini.

Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Laporan Akhir Studi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu Semoga Allah SWT membalas budi baik semua pihak yang telah memberi kesempatan, dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kami sadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, tetapi kami berharap skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan bagi Ekonomi.

Gresik, 31 Desember 2022

Peneliti,

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAN ORISINILITAS.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
DAFTAR ARTI LAMBANG, SINGKATAN, DAN ISTILAH.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.3.1 Teoritis	8
1.3.2 Praktis.....	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.3 Harga Penjualan	16
2.1.4 Lokasi Penjualan	19
2.1.5 Kualitas Pelayanan	23
2.1.6 Kepuasan Konsumen.....	28

2.2	Penelitian Terdahulu	33
2.3	Kerangka Konseptual	37
2.4	Hipotesis.....	38
2.4.1	Pengaruh Harga (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	38
2.4.2	Pengaruh Lokasi (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	39
2.4.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	40
2.4.4	Pengaruh Harga (X_1), Lokasi (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	42
BAB 3 METODE PENELITIAN		44
3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	44
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	45
3.2.1	Variabel Independen (Variabel Bebas)	45
3.2.2	Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	46
3.3	Indikator Variabel Penelitian	47
3.4	Populasi Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	48
3.4.1	Populasi	48
3.4.2	Sampel.....	48
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	49
3.5	Metode Pengumpulan Data	49
3.5.1	Jenis data	49
3.5.2	Tingkat data.....	51
3.5.3	Sumber data.....	56
3.6	Metode Analisis Data	58
3.6.1	Statistik Deskriptif	59
3.6.2	Interval	60
3.6.3	Uji Validitas	61
3.6.4	Uji Reliabilitas	62
3.6.5	Analisis Korelasi	62
3.6.6	Uji Asumsi Klasik.....	63
3.6.7	Analisa Regresi Linear Berganda.....	66

3.6.8	Uji Hipotesis	67
BAB 4	PEMBAHASAN	72
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	72
4.2	Waktu Penelitian	74
4.3	Hasil Penelitian	76
4.3.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	76
4.3.2	Statistik Deskriptif	79
4.3.3	Interval	81
4.3.4	Deskripsi Variabel Penelitian Berdasarkan Karakteristik Responden	82
4.3.5	Uji Validitas	95
4.3.6	Uji Reliabilitas	97
4.3.7	Analisis Korelasi	99
4.3.8	Uji Asumsi Klasik.....	100
4.3.9	Analisa Regresi Linier Berganda	111
4.3.10	Uji Hipotesis	113
4.3.11	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	118
4.4	Pembahasan Hasil	119
4.4.1	Pengaruh Harga (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	120
4.4.2	Pengaruh Lokasi (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	122
4.4.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	124
4.4.4	Pengaruh Harga (X_1), Lokasi (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	128
BAB 5	PENUTUP.....	130
5.1	Kesimpulan.....	130
5.2	Keterbatasan Penelitian	131
5.3	Saran.....	131
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN	137

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	37
Gambar 3. 2 Kurva Penerimaan atau Penolakan Uji-F	69
Gambar 3. 3 Kurva Penerimaan atau Penolakan Uji-t	70
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	73
Gambar 4. 2 Diagram Komposisi Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	77
Gambar 4. 3 Diagram Komposisi Konsumen Berdasarkan Usia.....	78
Gambar 4. 4 Diagram Komposisi Konsumen Berdasarkan Berapa Kali Telah Menjadi Konsumen Di Kedai Rindang Jati	79
Gambar 4. 5 Grafik Histogram.....	101
Gambar 4. 6 Grafik Normal Probability Plot	102
Gambar 4. 7 Garis Bilangan Durbin-Watson	106
Gambar 4. 8 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji-t Harga	115
Gambar 4. 9 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji-t Lokasi	116
Gambar 4. 10 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji-t Kualitas Pelayanan.....	116
Gambar 4. 11 Kurva Penerimaan atau Penolakan Hipotesis Uji-F.....	118

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Menu di Kedai Rindang Jati.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3. 1 Indikator Variabel Penelitian	47
Tabel 3. 2 Skala Harga Dan Kualitas Pelayanan.....	57
Tabel 3. 3 Skala Pengukuran Harga Dan Kualitas Pelayanan	60
Tabel 3. 4 Dasar Interpretasi Skor Rata-rata	61
Tabel 3. 5 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r	63
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	77
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Telah Menjadi Konsumen Di Kedai Rindang Jati	78
Tabel 4. 4 Tabel Statistik Deskriptif	80
Tabel 4. 5 Dasar Interpretasi Skor Rata-Rata.....	81
Tabel 4. 6 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Keterjangkauan Harga.....	82
Tabel 4. 7 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	83
Tabel 4. 8 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Daya Saing Harga.....	83
Tabel 4. 9 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Kesesuaian Harga Dengan Manfaatnya.	84
Tabel 4. 10 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Keterjangkauan.....	85
Tabel 4. 11 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Kelancaran.....	86
Tabel 4. 12 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Kedekatan dengan kediamannya.....	86
Tabel 4. 13 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Keandalan (<i>Reliability</i>)	87
Tabel 4. 14 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	88
Tabel 4. 15 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Jaminan (<i>Assurance</i>)	89
Tabel 4. 16 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Empati (<i>Empathy</i>)	89
Tabel 4. 17 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	90
Tabel 4. 18 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Kepuasan konsumen keseluruhan	91
Tabel 4. 19 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Penilaian konsumen	91

Tabel 4. 20 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Konfirmasi harapan	92
Tabel 4. 21 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Minat pembelian ulang	93
Tabel 4. 22 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Kesediaan untuk merekomendasi	94
Tabel 4. 23 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Ketidakpuasan konsumen	95
Tabel 4. 24 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	96
Tabel 4. 25 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	96
Tabel 4. 26 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan	96
Tabel 4. 27 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen	97
Tabel 4. 28 Hasil Uji Reliabilitas	98
Tabel 4. 29 Analisis Korelasi	99
Tabel 4. 30 Kolmogorov-Smirnov One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test....	101
Tabel 4. 31 Hasil Uji Heteroskedastisitas	103
Tabel 4. 32 Uji Multikolinieritas	105
Tabel 4. 33 Uji Autokorelasi dengan Durbin Watson	106
Tabel 4. 34 Uji Autokorelasi dengan Run Test	107
Tabel 4. 35 Hasil Uji Linieritas Variabel Harga	108
Tabel 4. 36 Hasil Uji Linieritas Variabel Lokasi	109
Tabel 4. 37 Hasil Uji Linieritas Variabel Pelayanan	110
Tabel 4. 39 Analisa Regresi Linier Berganda	112
Tabel 4. 40 Hasil Uji-t	114
Tabel 4. 41 Hasil Uji F	118
Tabel 4. 42 Analisa Determinasi (R^2)	119

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	137
Lampiran 2 Surat Balasan Izin Penelitian.....	138
Lampiran 3 Kartu Bimbingan Proposal Skripsi.....	139
Lampiran 4 Kartu Bimbingan Skripsi.....	140
Lampiran 5 Penjelasan dan Informasi (Informed Consent).....	141
Lampiran 6 Instrumen Kuesioner.....	142
Lampiran 7 Row Data.....	146
Lampiran 8 Hasil Analisis.....	158
Lampiran 9 Tabel F.....	172
Lampiran 10 Tabel Durbin Watson.....	173
Lampiran 11 Tabel T.....	174
Lampiran 12 Tabel R.....	175

DAFTAR ARTI LAMBANG, SINGKATAN, DAN ISTILAH

SINGKATAN

SPBU	:	Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum
AMA	:	American Marketing Association
Dkk	:	Dan Kawan Kawan

ISTILAH

<i>marketing mix</i>	:	bauran pemasaran yaitu konsep untuk menyusun strategi pemasaran di perusahaan dalam mencapai tujuannya di pasar sasaran, sehingga mendapatkan kepuasan dari hasilnya tersebut
<i>product</i>	:	produk
<i>price</i>	:	harga
<i>place</i>	:	tempat
<i>promotion</i>	:	promosi
tidak kasat mata	:	tidak dapat diraba
<i>satisfaction</i>	:	kepuasan
<i>customer oriental</i>	:	berorientasi pada konsumen
<i>Ghost shopping (Mystery Shopping)</i>	:	berperan atau berpura-pura sebagai konsumen potensial produk perusahaan dan pesaing
<i>Lost customer analysis</i>	:	menghubungi kembali konsumen yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi
Variabel independent	:	variabel mandiri, variabel bebas
Variabel Dependen	:	Variabel Terikat
<i>Non probability sampling</i>	:	tehnik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.
Sampling	:	proses di mana porsi dari suatu populasi diseleksi agar dapat mewakilkan populasi tersebut

Sistematis	: teknik penentuan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut
Kuota	: metode untuk memilih peserta survei yang merupakan versi non-probabilistik dari stratified sampling
Aksidental	: teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.
Purposive	: teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu
Jenuh	: sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel
Snowball	: teknik pengambilan sampel nonprobabilitas di mana subjek penelitian yang ada merekrut subjek masa depan dari antara kenalan mereka.
<i>sampling incidental</i>	: tehnik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.
<i>Indeks</i>	: nilai skor rata-rata

ARTI LAMBANG

%	: Persentase
+	: Ditambah
-	: Dikurangi
=	: Sama dengan
\geq	: Lebih dari atau sama dengan.
\leq	: Kurang dari atau sama dengan
\div	: Dibagi
<	: Kurang dari
>	: Lebih dari
Y	: Variabel kepuasan pengunjung
a	: Koefisien konstanta

X_1	:	Variabel harga
X_2	:	Variabel lokasi
X_3	:	Variabel pelayanan
b_1	:	Koefisien regresi (harga)
b_2	:	Koefisien regresi (lokasi)
b_3	:	Koefisien regresi (pelayanan)
e	:	Standart error
R^2	:	Koefisien determinasi gabungan
K	:	Jumlah variabel Dependen
H_0	:	Hipotesis 0
H_1	:	Hipotesis pertama
H_2	:	Hipotesis kedua
H_3	:	Hipotesis ketiga
H_4	:	Hipotesis ke empat
Df_1 (pembilang)	:	Jumlah variabel independen
Df_2 (penyebut)	:	$N - k - 1$
n	:	Jumlah Observasi atau jumlah sampel
t	:	Nilai Uji-t
r	:	Koefisien Korelasi <i>Product moment</i>
SS	:	Sangat setuju
S	:	Setuju
N	:	Netral
TS	:	Tidak setuju
STS	:	Sangat tidak setuju