

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Rajawali Nusindo Cabang Yogyakarta. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah 100 responden dengan karakteristik konsumen yang melakukan transaksi pembelian produk dari PT. Rajawali Nusindo Cabang Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purpose sampling*. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), uji t, uji F dengan bantuan SPSS versi 23.0.

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Tingkat signifikansi dari kualitas produk adalah sebesar $(0,001) < 0,05$. Kemudian harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Tingkat signifikansi dari harga adalah sebesar $(0,003) < 0,05$. Serta kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Tingkat signifikansi dari promosi adalah sebesar $(0,014) < 0,05$. Kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat signifikansi $(0,000) < 0,05$. Dari uji determinasi diketahui bahwa besarnya presentase pengaruh variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,633 atau 63,3%. Artinya pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan sebesar 63,3%, sedangkan sisanya sebesar 36,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Dapat diketahui bahwa nilai koefisien Beta sebesar 0,307 ditunjukkan pada variabel kualitas produk. Hal ini membuktikan bahwa yang paling berpengaruh atau dominan adalah kualitas produk.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality, price and service quality on customer satisfaction PT. Rajawali Nusindo Yogyakarta Branch. The research methodology used is a qualitative and quantitative approach. The sample used was 100 respondents with the characteristics of consumers who make purchases of products from PT. Rajawali Nusindo Yogyakarta branch. The sampling technique uses the purpose sampling method. Data analysis used in this research is multiple linear regression test, classic assumption test (normality test, multicollinearity test, heterokedasticity test), multiple linear regression analysis, coefficient of determination (R²), t test, F test with SPSS version 23.0.

The results of research conducted indicate that product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. The level of significance of product quality is (0.001) <0.05. Then the price also has a positive and significant effect on customer satisfaction. The significant level of price is (0.003) <0.05. And the quality of service also has a positive and significant effect on customer satisfaction. The significance level of promotion is (0.014) <0.05. Product quality, price and service quality together have a positive and significant effect on customer satisfaction with a significance level (0,000) <0.05. From the determination test it is known that the magnitude of the effect of product quality, price and service quality variables on customer satisfaction is 0.633 or 63.3%. This means that the effect of product quality, price and service quality is 63.3%, while the remaining 36.7% is influenced by other variables outside this study. It can be seen that the Beta coefficient of 0.307 is indicated on the product quality variable. This proves that the most influential or dominant is product quality.

Keywords: Product Quality, Price, Service Quality, Customer Satisfaction