

ABSTRAKSI

Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen CV.Giza Kabupaten Bojonegoro.

Oleh :

Arin Khoirum Mu'zizah¹
Drs. H. Miftahul Huda, MM²
M. Hafidh Nashrullah, SE, MM³

¹**Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Darul'Ulum Lamongan**

^{2,3}**Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Darul'Ulum Lamongan**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen CV.Giza Bojonegoro menggunakan 3 variabel independent yaitu harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan menggunakan variabel dependent yaitu kepuasan konsumen. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah incidental sampling dengan cara membagikan kuisioner kepada 99 konsumen CV.Giza. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan analisis data uji validitas dan reabilitas, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji koefisiensi determinasi (R^2), serta uji t dan uji f. Berdasarkan hasil dari penelitian nilai thitung Harga (X_1) sebesar nilai thitung sebesar 2.450 sedangkan t_{tabel} adalah 1,984 dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Pada variabel Kualitas produk nilai thitung 4.865 sedangkan thitung 1984 maka disimpulkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Pada variable kualitas pelayanan didapat nilai thitung sebesar 6.216 dan t_{tabel} 1,984 dengan kesimpulan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan nilai R square sebesar 0,605 atau 65%. Yang artinya bahwa variasi dari semua variabel bebas yaitu menunjukkan bahwa 65% variabel kepuasan konsumen (Y) dapat dipengaruhi oleh variabel Harga (X_1), Kualitas produk (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3). Sedangkan sisanya sebesar 35% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen*