

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Pada Pengguna Paket Pos Kilat Khusus
PT. Pos Indonesia Lamongan)**

Tutus Yuliatin Rohmana¹, Yahya², Saifuddin Zuhri³
E-mail : tutusyulia10@gmail.com¹
yahyaec@yahoo.com²

**Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Darul ‘Ulum Lamongan**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Pendekatan Penelitian yang digunakan penelitian adalah pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. Pos Indonesia Lamongan, dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden yang diambil dengan metode purposive sampling. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan variabel kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai R^2 sebesar 56% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga, sisanya 44% dipengaruhi oleh variabel lain.

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

ABSTRACT

This study aims to find out and analyze the influence of service quality, product quality and price on customer satisfaction. The research approach used in this research is a quantitative approach. The population in this study were all customers of PT. Pos Indonesia Lamongan, with a total sample of 96 respondents taken by purposive sampling method. The analytical method used is multiple linear regression analysis. Based on the results of the t test, the product quality and price variables have a significant effect on customer satisfaction, while service quality does not have a significant effect on customer satisfaction. From the test results of the coefficient of determination (R^2) shows the R^2 value of 56% customer satisfaction is influenced by the independent variable namely service quality, product quality and price, the remaining 44% is influenced by other variables.

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