

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA UMKM RITEL KELILING PERALATAN RUMAH TANGGA DI KECAMATAN SETU”



**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA
2022**

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA UMKM RITEL KELILING PERALATAN RUMAH TANGGA DI KECAMATAN SETU”

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar SARJANA MANAJEMEN

Program Studi Manajemen - Strata 1



OLEH :

NAMA : Heru Sugianto

NIM : 190470006

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA
2022**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada UMKM ritel keliling peralatan rumah tangga di Kecamatan Setu, secara parsial maupun simultan. Data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 orang responden yang pernah melakukan pembelian produk yang ditawarkan oleh UMKM ritel keliling peralatan rumah tangga. Metode yang digunakan pada penelitian ini merupakan metode kuantitatif dan hasil penelitian berdasarkan jawaban responden dengan menggunakan skala likert. Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis.

Hasil Penelitian dengan Uji Hipotesis menunjukkan bahwa secara simultan (Uji F) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan, antara variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan harga (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y). Secara parsial (Uji t) variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, service quality and price on the papacy of consumers at UMKM canvassing retail of household appliances in Setu District, partially or simultaneously. The data used is primary data collected through distributing questionnaires to 100 respondents who have purchased products offered by UMKM canvassing retail of household appliances. The method used in this study is a quantitative method and the research results are based on the respondents' answers using a Likert scale. The data analysis method used in this study is the Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Test and Hypothesis Testing.

The results of the research using the hypothesis test show that simultaneously (F test) there is a positive and significant effect between the variables of product quality (X1), service quality (X2) and price (X3) on consumer satisfaction (Y). Partially (t test) the product quality variable has a positive and significant effect on consumer satisfaction, the service quality variable has a positive and significant effect on consumer satisfaction and the price variable has a positive and significant effect on consumer satisfaction.

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Price, Consumer Satisfaction*