

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI
KASUS: OPTIK TUNGGAL CABANG KEMANG VILLAGE JAKARTA
SELATAN)**

SKRIPSI

Program Studi Ekonomi Manajemen



DISUSUN OLEH:

NAMA : ERNIS LESTARI

NIM : 041201503125156

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2016

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI
KASUS: OPTIK TUNGGAL CABANG KEMANG VILLAGE JAKARTA
SELATAN)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1**



DISUSUN OLEH:

**NAMA : ERNIS LESTARI
NIM : 041201503125156**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2016

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan, serta untuk mengetahui variabel apa yang paling berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan penilaian dari hasil penelitian ini berdasarkan jawaban pada kuesioner yang diberikan kepada responden menggunakan Skala Likert. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan Optik Tunggal Kemang yang pernah berkunjung minimal dua (2) Kali dan sampel pada penelitian ini berjumlah 60 responden. Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan teknik analisa regresi linear berganda, uji t, uji f. Dari hasil uji t (secara parsial), telah diperoleh hasil bahwa variable Kualitas Produk (X1) dan Kaulitas Layanan (X2) mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Optik Tunggal Kemang Village. Sedangkan variable Persepsi Harga (X3) tidak mempunyai pengaruh dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Optik Tunggal Kemang Village. Dari uji f (secara simultan), diperoleh hasil bahwa ketiga variable berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Optik Tunggal Kemang Village. Mengingat Kualitas Produk dan Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada Optik Tunggal Kemang Village, maka sebaiknya manajemen memperhatikan dan memperbaiki faktor Kualitas Produk dan Kualitas Layanan agar dapat lebih memberikan nilai kepuasan dan mempertahankan pelanggan.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of Product Quality, Quality of Service and Customer Satisfaction Perception of the price, as well as to determine what variables that most influence on customer satisfaction. The method used in this research is quantitative methods and assessment of the results of this study based on the answers to the questionnaire given to respondents using Likert Scale. The population in this study is a Single Optical Customer Kemang who've been at least two (2) time and sample in this study amounted to 60 respondents. Analysis techniques in this study using multiple linear regression analysis techniques, t-test, f. From the results of the t test (partially), has obtained results that variable Quality Products (X1) and Quality Service (X2) affects and significant customer satisfaction. While Price Perception (X3) variable has no effects and no significant on customer satisfaction. From the test results f (simultaneously), showed that three variables affects customer satisfaction. Considering the Quality Products and Quality Service has a positive and significant impact on Optik Tunggal Kemang Village , then you should pay attention to and improve the manajement of the Quality Products and the Quality Service in order to better deliver value and maintain customer satisfaction. .

Keywords: Quality Products, Quality Service, Price Perception and Customer Satisfaction