

ABSTRAK

Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Purna Jual Produk PH Meter Horiba Terhadap Kepuasan Konsumen PT. CMSI

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain. Kualitas pelayanan merupakan ukuran selisih antar perbedaan antara harapan konsumen dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu, bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian, serta memberikan perhatian. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Pada tahun 2015, PT CMSI mengalami peningkatan penjualan dibanding tahun sebelumnya. Tetapi tidak untuk produk Horiba. Produk Horiba mengalami penurunan...Untuk itu perlu diketahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk tersebut. Data diperoleh dari pengukuran variabel/atribut kepuasan pelanggan (harga, kualitas,purna jual) melalui penyebaran kuesioner penyebaran kuesioner. Metode yang digunakan adalah *Analisa Regresi Linier*. Ketiga variable yaitu harga, kualitas produk dan purna jual berpengaruh secara signifikan dalam kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan $X_1, t_1, 12.254 > 1.975$ with signification $0.000 < 0.05$; $X_2, t_2 6.744 > 1.975$ sign : $0.000 < 0.05$; $X_3, t_3.010 > 1.975$, sign $0.000 < 0.05$

Kata Kunci : Harga, Produk, Pelayanan, Kepuasan

ABSTRACT

Effect of Price, Quality Products and After Sales Services pH Meter Horiba to Customer Satisfaction PT. CMSI

Service is any action or activity that can be offered by one party to another. Quality of service is a measure of the difference between the expectations of consumers with the services provided by the company. There are five dimensions of service quality, tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Customer satisfaction is influenced by the perception of service quality product quality, price and the factors that are personal, and that is the situation for a moment. Customer satisfaction is influenced by the perception of product quality, price and the factors that are personal, and that is the situation for a moment. In 2015, PT CMSI increased sales over the previous year. But not for products Horiba. Horiba products has decreased ... It is necessary to know the level of customer satisfaction with the product. Data obtained from measurements of variables / attributes of customer satisfaction (price, quality, after-sales) through questionnaires questionnaires. The method used is the Linear Regression Analysis. The third variable is the price, product quality and after-sales significant influence on customer satisfaction. The result of this Analysis show $X_1, t_1, 12.254 > 1.975$ with signification $0.000 < 0.05$; $X_2, t_2 6.744 > 1.975$ sign : $0.000 < 0.05$; $X_3, t_3.010 > 1.975$, sign $0.000 < 0.05$

Keyword : Price, Quality, Service, Satisfaction