

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of product quality, price perception, and service quality on customer satisfaction CV Indahsari Sakti. The research design used was descriptive type explanatory research with survey methods. Data was taken using a questionnaire given to 80 respondents, with the sampling technique used was the census. The analytical method used in this study is multiple linear regression. The results showed that the product quality variable had an effect on customer satisfaction positively and significantly, the price perception variable had an effect on customer satisfaction positively and significantly, and the service quality variable had an effect on customer satisfaction positively and significantly.

Keywords: product quality, price perception, service quality, customer satisfaction



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen CV Indahsari Sakti. Desain penelitian yang digunakan bersifat deskriptif berjenis riset eksplanatori dengan metode survei. Data diambil menggunakan kuesioner yang diberikan kepada 80 responden, dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sensus. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara positif dan signifikan, variabel persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara positif dan signifikan, dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara positif dan signifikan.

Kata kunci: kualitas produk, persepsi harga, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen

