ABSTRAK

Wiwin Suryani, 2024. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi dampak Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Melalui metode analisis regresi pada data survei dari responden dan bantuan alat analisis software SPSS 29. Penelitian ini menunjukkan temuan yang signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Kualitas Produk tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen; Kualitas Pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, menyoroti peran penting pelayanan dalam menciptakan kepuasan pelanggan; Variabel Harga juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, menunjukkan bahwa aspek harga memainkan peran penting dalam persepsi konsumen terhadap kepuasan. Pentingnya faktor-faktor ini diperkuat oleh temuan bahwa Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga bersama-sama memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Penelitian ini memberikan wawasan yang berharga bagi pelaku bisnis dalam mengelola dan meningkatkan kepuasan konsumen. Menyadari bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga memiliki dampak yang lebih signifikan daripada Kualitas Produk, perusahaan dapat memfokuskan upaya mereka untuk meningkatkan aspek-aspek ini guna memperkuat hubungan dengan konsumen dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

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

ABSTRACT

Wiwin Suryani, 2024. *This study aims to investigate the impact of Product Quality, Service Quality, and Price on Consumer Satisfaction. Through regression analysis method on survey data from respondents, aided by the SPSS 29 software analysis tool, this research reveals significant findings. The results indicate that Product Quality does not have a positive and significant influence on Consumer Satisfaction. However, Service Quality has a positive and significant impact on Consumer Satisfaction, highlighting the crucial role of service in creating customer satisfaction. Additionally, the Price variable also proves to have a positive and significant influence on Consumer Satisfaction, indicating that the price aspect plays a crucial role in consumers' perception of satisfaction. The importance of these factors is reinforced by the finding that Product Quality, Service Quality, and Price collectively have a positive and significant impact on Consumer Satisfaction. This research provides valuable insights for businesses in managing and enhancing customer satisfaction. Recognizing that Service Quality and Price have a more significant impact than Product Quality, companies can focus their efforts on improving these aspects to strengthen relationships with consumers and enhance overall customer satisfaction.*

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