

ABSTRACT

Customer satisfaction is a level of one's feelings that compares what is received with what is expected. This research was made with the aim to determine the effect of price, product quality and service quality on customer satisfaction. The population in this study were all Telkom Indihome Witel South Surabaya product customers. With the number of samples used in the study as many as 100 respondents loyal customers of Indihome products who have subscribed for 10 years in the Telkom Region of South Surabaya. The sampling technique in this study uses purposive sampling technique by considering certain criteria that must be met. The variables used in this study are Price (X1), Product Quality (X2), Service Quality (X3) and Customer Satisfaction (Y). Analysis of data obtained from respondents was processed using SPSS 23. Software results showed that price, product quality and service quality had a significant effect on customer satisfaction both in the partial test (t test) and simultaneously (f test). Based on the analysis conducted using the coefficient of determination R² of 0.180 shows that price, product quality and service quality is 18% while 82% is influenced by other variables not included in this study.

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

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan adalah suatu tingkat perasaan seseorang yang membandingkan apa yang diterima dengan apa yang diharapkannya. Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan produk Telkom Indihome Witel Surabaya Selatan. Dengan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 100 responden pelanggan setia produk Indihome yang berlangganan sudah 10 tahun di Wilayah Telkom Surabaya Selatan. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan mempertimbangkan kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Harga (X1), Kualitas Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X3) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Analisis data yang diperoleh dari responden diolah menggunakan software SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik dalam uji parsial (uji t) maupun simultan (uji f). Berdasarkan analisis yang dilakukan menggunakan nilai koefisien determinasi R^2 sebesar 0,180 menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan sebesar 18% sedangkan 82% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan pada penelitian ini.

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