

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
CUSTOMER VALUE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
( Studi Kasus pada PT. Unionfam Azaria Berjaya Di Surabaya)**

**Oleh : Eka Ayu Kurniatin**

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan *customer value* terhadap kepuasan pelanggan di PT. Unionfam Azaria Berjaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survei, dimana peneliti akan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data responden. Sampel yang digunakan adalah 50 responden dimana secara keseluruhan adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian di PT. Unionfam Azaria Berjaya. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Alat uji yang digunakan adalah Teknik analisis regresi linier berganda dengan software SPSS 15.0 .

Setelah dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan, maka diperoleh nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,363 variabel kualitas pelayanan sebesar 0,275 dan variabel customer value sebesar 0,376. Nilai uji F menghasilkan F hitung 240.136 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan customer value secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Customer Value, Kepuasan Pelanggan**

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY, AND CUSTOMER VALUE ON CUSTOMER SATISFACTION**

**(Case Study at PT. Unionfam Azaria Berjaya in Surabaya)**

**By: Eka Ayu Kurniatin**

**ABSTRACT**

*This research was conducted with the aim to determine the effect of product quality, service quality and customer value on customer satisfaction at PT. Unionfam Azaria Berjaya.*

*This research uses a quantitative approach and the type of research used is survey research, where researchers will use a questionnaire to collect respondent data. The sample used was 50 respondents which in total are customers who have made purchases at PT. Unionfam Azaria Berjaya. Sampling was done by purposive sampling technique. The test equipment used was multiple linear regression analysis technique with SPSS 15.0 software.*

*After testing the proposed hypothesis, the regression coefficient value of the product quality variable is 0.363, the service quality variable is 0.275 and the customer value variable is 0.376. The F test value produces an F calculated 240,136 with a significance value of 0,000 <0.05 so that it can be concluded that product quality, service quality and customer value simultaneously have a significant effect on customer satisfaction.*

**Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Value, Customer Satisfaction**