

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan T2COMP (Supplier Printer dan Alat Kasir), metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 55 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang di gunakan adalah analisis regresi linear berganda. Setelah dilakukan pengujian atas hipotesis yang di ajukan dalam penelitian ini, maka diperoleh nilai koefisien regresi variabel Kualitas Produk sebesar 1,028 dan variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,287. Dan nilai uji F sebesar $F_{hitung} 27,966 > F_{tabel} 2,41$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, yang artinya variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji t Kualitas Produk bernilai $t_{hitung} 4,977 > t_{tabel} 1,67469$ dan variabel Kualitas Pelayanan $t_{hitung} 2,015 > 1,67469$, yang artinya variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara parsial terdapat pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Keywords : kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the effect of product and service quality variables on customer satisfaction. The population in this study were T2COMP customers (supplier of printers and cashiers). The sampling method on this research used purposive sampling which a total of 55 respondents. This research used the primary data which a questionnaire method. We also calculated statistical analysis with multiple linear regression analysis. The result after hypothesis testing showed that the regression coefficient value of the product quality variable was 1.028 and the service quality variable was 0.287. The result of the F-test value of F calculate was 27.966 lower than F table 2.41 with a significance level of $0.000 < 0.05$, these results suggest that the product quality and service quality variables simultaneously showed a significant effect on customer satisfaction. The results of the t-test of product quality showed t value 4.977 higher than t table 1.67469 and service quality variable t calculate 2.015 > 1.67469, these results suggest that product quality and service quality variables partially have an influence on customer satisfaction.

Keywords: product quality, service quality, customer satisfaction