

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3), terhadap kepuasan pelanggan Nani Top Toys di Kediri secara parsial maupun simultan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah pelanggan Nani Top Toys di Kediri. Sampel penelitian diambil sebanyak 45 responden dengan teknik *random sampling*. Data diambil melalui kuisioner. Analisis data penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Dari perhitungan regresi berganda dengan bantuan SPSS diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3), berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai sig. F sebesar 0,000. Variabel kualitas produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai. Sig 0,035. Variabel harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai. Sig 0,003. Variabel kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai. Sig 0,037.

Kata kunci : kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the effect of product quality (X_1), price (X_2), and service quality (X_3), to Nani Top Toys customer satisfaction in partially or simultaneously. This research is quantitative descriptive. The population of this research is Nani Top Toys customer in Kediri. The sample was taken as many as 45 respondents with random sampling technique. Data were collected through questionnaires. Analysis of this research data using multiple linear regression analysis. From multiple regression calculation with the help of SPSS, the result shows that product quality (X_1), price (X_2), and service quality (X_3), influence simultaneously to customer satisfaction with sig value. F by 0,000. Product quality variables (X_1), have a significant effect on customer satisfaction with value. Sig 0.035. Price variables (X_2) have a significant effect on customer satisfaction with value. Sig 0.003. Service quality variable (X_3) have significant effect to customer satisfaction with value. Sig 0.037.

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