

ABSTRAK

Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa terdapat 100 responden dari seluruh Konsumen CV. Aman Sidoarjo, dengan rincian jumlah kuisioner yang dibagikan dan berhasil dikumpulkan sebanyak 100 lembar kuisioner. Dengan berhasil terkumpulnya seluruh kuisioner maka dapat diperoleh hasil yang menyatakan bahwasannya frekuensi jumlah responden terbanyak menurut Jenis Kelamin adalah Wanita dengan prosentase 52 persen. Dari jumlah responden yang sebanyak 100 responden. Dengan hasil penelitian sebagai berikut : Pengaruh Secara Langsung (1.) Berdasarkan hasil analisis koefisien jalur diatas, tampak bahwa pengaruh variabel Harga Terhadap Kepuasan Konsumen sebesar $0,01 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan X_1 terhadap Z . (2.) Berdasarkan hasil analisis koefisien jalur diatas, tampak bahwa pengaruh variabel Kualitas Produk (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Z) sebesar $0,00 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan X_2 terhadap Z . (3.) Berdasarkan hasil analisis koefisien jalur diatas, tampak bahwa pengaruh variabel Harga (X_1) Terhadap Kinerja Perusahaan (Y) thitung lebih besar $0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan Variabel Harga (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). (4.) Berdasarkan hasil analisis koefisien jalur diatas, tampak bahwa pengaruh variabel Kualitas Produk (X_2) Terhadap Kinerja Perusahaan (Y) lebih besar $0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan Kualitas Produk (X_2) Terhadap Kinerja Perusahaan (Y). (5.) Berdasarkan hasil analisis koefisien jalur diatas, tampak bahwa pengaruh variabel Kepuasan Konsumen (Z) Terhadap Kinerja Perusahaan (Y) thitung lebih besar $0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan variabel Kepuasan Konsumen (Z) Terhadap Kinerja Perusahaan (Y). Pengaruh Secara Tidak Langsung (6.) Berdasarkan hasil analisis koefisien jalur diatas, tampak bahwa pengaruh variabel Harga (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Z) yang berdampak pada Kinerja Perusahaan (Y) thitung lebih besar $0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara tidak langsung terdapat pengaruh signifikan variabel Harga (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Z) yang berdampak pada Kinerja Perusahaan (Y). (7.) Berdasarkan hasil analisis koefisien jalur diatas, tampak bahwa pengaruh variabel Kualitas Produk (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Z) yang berdampak pada Kinerja Perusahaan (Y) thitung lebih besar $0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara tidak langsung terdapat pengaruh signifikan variabel Kualitas Produk (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Z) yang berdampak pada Kinerja Perusahaan (Y).

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, dan Kinerja Perusahaan

ABSTRACT

In this study explained that there are 100 respondents from all consumers CV. Aman Sidoarjo, with details of the number of questionnaires distributed and successfully collected as many as 100 sheets of questionnaires. With the successful collection of all questionnaires, results can be obtained stating that the highest frequency of respondents according to Gender is Women with a percentage of 52 percent of the total respondents of 100 respondents. With the results of the study as follows: Direct Effect (1.) Based on the results of the path coefficient analysis above, it appears that the effect of Price Variables on Consumer Satisfaction is $0.01 < 0.05$. So it can be concluded that there is a direct significant effect of X1 on Z. (2.) Based on the results of the path coefficient analysis above, it appears that the influence of the Product Quality variable (X2) on Consumer Satisfaction (Z) is $0.00 < 0.05$. So it can be concluded that there is a significant direct effect of X2 on Z. (3.) Based on the results of the path coefficient analysis above, it appears that the influence of the variable Price (X1) on Company Performance (Y) is greater than 0.05. So it can be concluded that there is a significant direct effect on the Price Variable (X1) on Consumer Satisfaction (Y). (4.) Based on the results of the path coefficient analysis above, it appears that the influence of the Product Quality variable (X2) on Company Performance (Y) is greater than 0.05. So it can be concluded that there is a significant direct effect on Product Quality (X2) on Company Performance (Y). (5.) Based on the results of the path coefficient analysis above, it appears that the influence of the Consumer Satisfaction (Z) variable on Company Performance (Y) is greater than 0.05. So it can be concluded that there is a significant direct effect on the variable Customer Satisfaction (Z) on Company Performance (Y). Indirect Effect (6.) Based on the results of the path coefficient analysis above, it appears that the influence of the Price (X1) variable on Consumer Satisfaction (Z) which has an impact on Company Performance (Y) is greater than 0.05. So it can be concluded that indirectly there is a significant influence on the variable Price (X1) on Consumer Satisfaction (Z) which impacts on Company Performance (Y). (7.) Based on the results of the path coefficient analysis above, it appears that the influence of the Product Quality variable (X2) on Consumer Satisfaction (Z) which has an impact on Company Performance (Y) is greater than 0.05. So it can be concluded that indirectly there is a significant influence on Product Quality (X2) variables on Consumer Satisfaction (Z) which has an impact on Company Performance (Y).

Keywords: Price, Product Quality, Consumer Satisfaction, and Company Performance