

ABSTRAK

Konsumen merupakan aset bagi perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya. Perusahaan harus selalu memperhatikan perilaku konsumen agar memahami kebutuhan konsumen. Dengan terpenuhinya kebutuhan konsumen akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini membahas tentang hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kualitas harga. Penelitian ini merupakan deskriptif asosiatif yang mendeskripsikan tentang kepuasan konsumen PT World Innovative Telecommunication di Surabaya. Pada penelitian ini jumlah sampel sebanyak 147 dengan teknik *random sampling*. Pada penelitian ini diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan hasil t hitung 3,174, variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan hasil t hitung 4,210, dan kualitas harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan t hitung 4,174 masing-masing t hitung pada setiap variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kualitas harga di atas t tabel. Sedangkan pada pengujian F secara simultan diperoleh F hitung 19,759 di atas F Tabel 2,43 yang artinya kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kualitas harga mempengaruhi kepuasan konsumen secara simultan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kualitas Harga, Kepuasan Konsumen PT World Innovative Telecommunication Surabaya

ABSTRACT

Consumers are an asset to the company to defend their business. Companies should always pay attention to consumer behaviour in order to understand consumer needs. With the fulfillment of consumer needs will affect customer satisfaction. In this study discussed about the thing that affects the consumer satisfaction of the quality of service, product quality, and price quality. This research is a descriptive associative that describes the consumer satisfaction of PT World Innovative Telecommunication in Surabaya. In this research the number of samples was 147 with random sampling techniques. In this research was obtained that the variable quality of service affects the consumer satisfaction with the result of the 3.174 count, product quality variables affect the consumer satisfaction with the result of the count of 4.210, and the quality of the price influential To consumer satisfaction with T count 4.174 each count on each free variable i.e. quality of service, product quality, and price quality above T table. While at the test F simultaneously obtained F count 19.759 above F table 2.43 which means the quality of service, product quality, and price quality affects the customer satisfaction simultaneously.

Keywords: Quality of service, product quality, price quality, customer satisfaction of PT World Innovative Telecommunication Surabaya.