

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Ud. Banuwa Mas”. Skripsi Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di UD. Banuwa Mas Surabaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan UD. Banuwa Mas Surabaya dengan jumlah sampel 100 orang dengan cara pendekatan Accidental sampling. Analisis di penelitian ini adalah analisis regresi berganda yang diperoleh melalui uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik sehingga dapat melakukan uji hipotesis dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, harga dan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik data dalam penelitian ini telah terdistribusi normal serta tidak terjadi multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Kepuasan pelanggan (Y) dapat dipengaruhi oleh kepercayaan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan kualitas produk ( $X_3$ ) sebesar 86,3% sedangkan sisanya 13,7% faktor-faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian ini. Saran yang diberikan oleh peneliti dalam penelitian untuk UD. Banuwa Mas untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk sehingga bisa menaikkan tingkat kepuasan pembeli dan diikuti dengan harga yang terjangkau.

**Kata-kata kunci: Kepercayaan, Harga, Kualitas Produk, kepuasan Pelanggan.**

## ABSTRACT

*This study entitled "The Influence of Trust, Price, and Product Quality on Customer Satisfaction Ud. Banuwa Mas". Thesis Management Study Program Mahardhika School of Economics Surabaya. This study aims to determine how the influence of trust, price and product quality on customer satisfaction at UD. Banuwa Mas Surabaya. The method used in this research is descriptive quantitative research, the population in this study is UD customers. Banuwa Mas Surabaya with a sample of 100 people by means of an accidental sampling approach. The analysis in this study is multiple regression analysis obtained through validity tests, reliability tests and classical assumption tests so that they can test hypotheses and coefficients of determination. The results showed that trust, price and product quality had a positive and significant influence on customer satisfaction. Based on statistical data analysis, the indicators in this study are valid and the variables are reliable. In testing the classical assumptions, the data in this study were normally distributed and there was no multicollinearity and heteroscedasticity. Customer satisfaction (Y) can be influenced by trust (X1), price (X2), and product quality (X3) by 86.3% while the remaining 13.7% are other factors not included in this study. Suggestions given by researchers in research for UD. Banuwa Mas to maintain and improve product quality so that it can increase the level of buyer satisfaction and is followed by an affordable price.*

**Keywords: Trust, Price, Product Quality, Customer satisfaction.**